

# Experto Universitario

Marketing y Gestión Empresarial  
en la Industria Alimentaria





## Experto Universitario Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: [www.techtitute.com/nutricion/experto-universitario/experto-marketing-gestion-empresarial-industria-alimentaria](http://www.techtitute.com/nutricion/experto-universitario/experto-marketing-gestion-empresarial-industria-alimentaria)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Dirección del curso

---

*pág. 12*

04

Estructura y contenido

---

*pág. 16*

05

Metodología de estudio

---

*pág. 22*

06

Titulación

---

*pág. 32*

# 01

# Presentación

La Industria Alimentaria ha ganado peso en las últimas décadas gracias a unas estrategias de marketing que han sabido crear, a través de las emociones, una necesidad de consumo de productos con mayor o menor valor nutricional. Las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, la innovación en el packaging o en los propios conceptos de venta siguen revolucionando el sector. Ante este escenario de transformación, el profesional de la Nutrición necesita estar al tanto de las últimas novedades en este ámbito para una adecuada gestión de las empresas de alimentación. Es por ello por lo que esta institución académica ha diseñado un programa 100% online, que permite al especialista conocer las novedades sobre el comportamiento del consumidor, el desarrollo de nuevos procesos, así como las últimas tendencias en test de productos. Todo ello además con un contenido multimedia elaborado por expertos en el sector.





“

*Este Experto Universitario te aporta la información más reciente sobre Marketing aplicado a la Industria Alimentaria. Accede a él, cuando y donde desees”*

Los vídeos sobre alimentación publicados en YouTube, la promoción de productos a través de influencers en las diferentes redes sociales, combinado con las técnicas tradicionales de venta se perfilan actualmente entre las tendencias de marketing en la Industria Alimentaria. No obstante, la innovación y perfeccionamiento de los sabores, texturas o la propia calidad del alimento siguen siendo un factor clave en el éxito del sector.

Un campo en constante transformación, que busca a su vez, lanzar nuevos productos con propiedades que favorezcan la salud de las personas. Ante escenario, es indudable que el profesional de la Nutrición debe estar al tanto de todas las novedades para poder crear el plan nutricional más adecuado para sus pacientes o asesorar a las empresas del sector. Es por ello, por lo que TECH ha diseñado este Experto Universitario en Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria, que le llevará durante 6 meses, a ahondar en las novedades sobre los métodos de investigación del mercado, las técnicas de control y optimización de procesos y producto o la influencia de la publicidad en la decisión de compra.

Todo ello será posible gracias a las herramientas pedagógicas, que conforman este programa, y que le permitirá profundizar de un modo mucho más dinámico y visual por el comportamiento de los consumidores en relación a los alimentos, el empleo del mix marketing o las mejores estrategias para la fijación de precios. Los casos de estudio facilitado por los especialistas, que imparten esta titulación les aproximarán a situaciones, que serán de gran utilidad y aplicación directa en su praxis diaria.

Esta institución académica ofrece, por tanto, una excelente oportunidad para poder conseguir una actualización de conocimientos, cómodamente cuando y donde desee. Así, el alumnado tan solo necesita de un dispositivo electrónico con conexión a internet para poder visualizar el contenido alojado en la plataforma virtual. Además, el nutricionista tiene la libertad para distribuir la carga lectiva acorde a sus necesidades, facilitando que el profesional compatibilice una titulación universitaria de calidad con las responsabilidades más exigentes.

El curso contará con un Director Invitado Internacional de renombre mundial, conocido por su sobresaliente carrera profesional. Dirigirá *Masterclasses* dedicadas al estudio de la Dirección de Empresas Alimentarias

Este **Experto Universitario en Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Tecnología de Alimentos
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*Mejora tus competencias profesionales con las Masterclasses de alto nivel que impartirá un prestigioso Director Invitado Internacional, experto en la Industria Alimentaria”*

“

*Esta titulación te aporta casos de estudio, que te servirán para conocer de primera mano situaciones reales y de éxito en el Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria”*

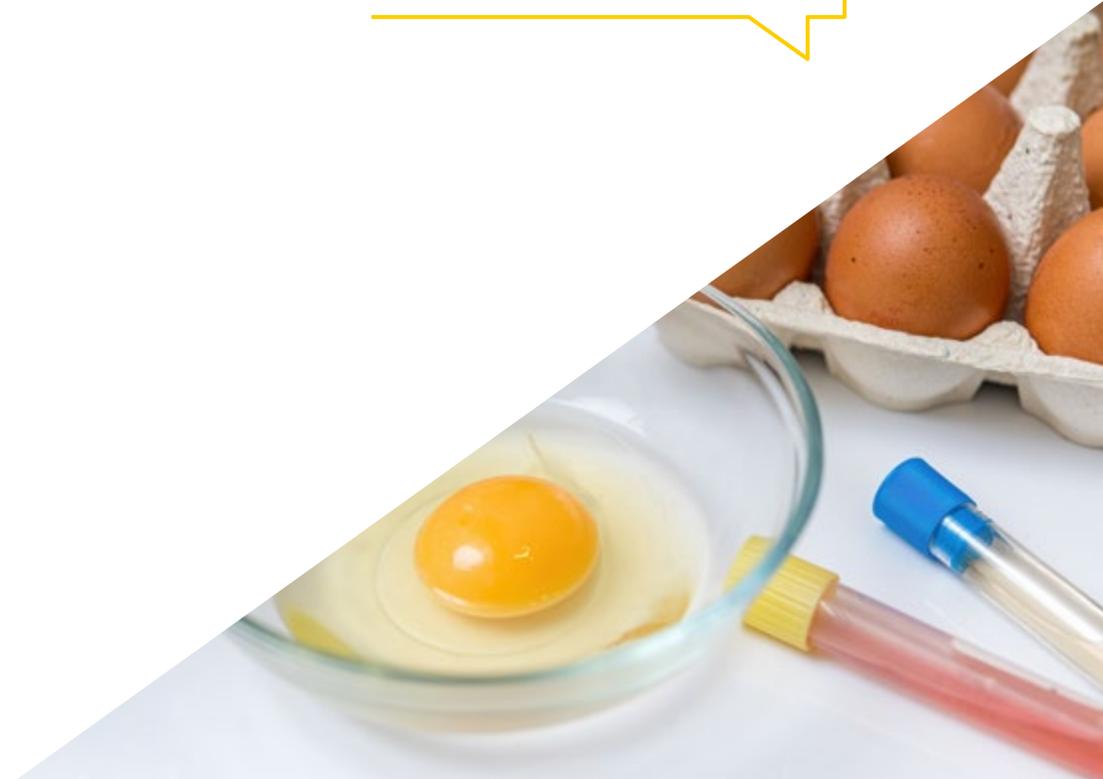
El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

*Estás ante una opción académica que te permitirá ahondar cómodamente en las últimas estrategias efectivas en la distribución de alimentos.*

*TECH piensa en ti. Por eso ha diseñado un Experto Universitario compatible con tu trabajo como nutricionista y tus responsabilidades personales.*



# 02

## Objetivos

Una vez concluyan este Experto Universitario, el profesional de la Nutrición habrá obtenido la actualización de conocimiento que deseaba en el ámbito del Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria. Ello será posible gracias a los vídeo resúmenes de cada tema, a los vídeos en detalle, esquemas o lecturas especializadas que conforman el plan de estudios al que tendrá acceso las 24 horas del día desde su ordenador o Tablet.





“

*Desde tu ordenador con conexión a internet y cuando lo desees podrás acceder al contenido más actualizado sobre el éxito en la gestión empresarial dentro de la Industria Alimentaria”*



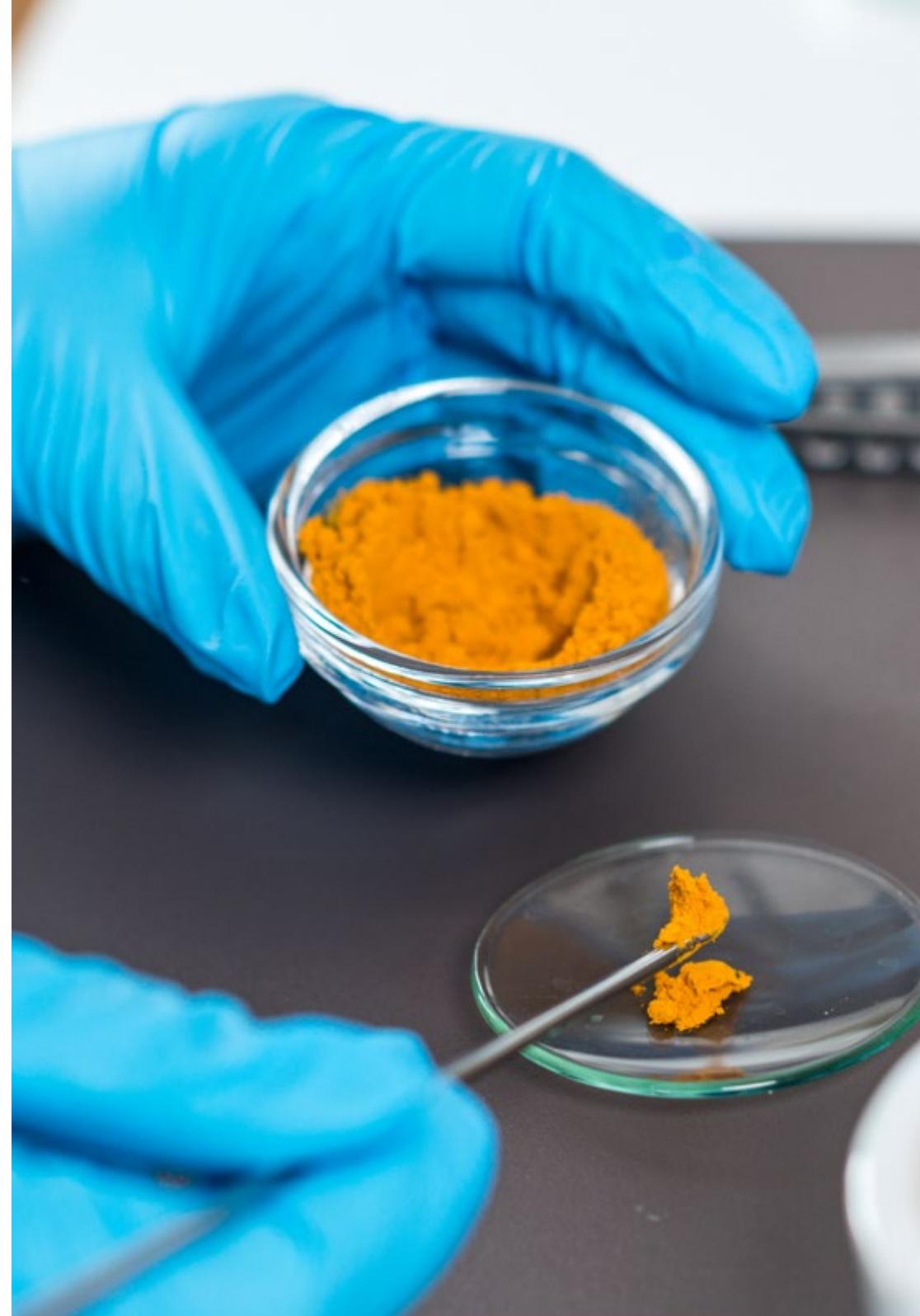
## Objetivos generales

---

- Controlar los aspectos matemáticos, estadístico y económicos que envuelven a las empresas alimentarias
- Analizar las tendencias en la producción y consumo de alimentos
- Valorar y reconocer la importancia sanitaria y preventiva de los programas de limpieza, desinfección, desinsectación y desratización en la cadena alimentaria
- Asesorar científica y técnicamente sobre los productos alimenticios y el desarrollo de los mismos



*Con este programa 100% online podrás estar al día sobre los nuevos enfoques de negocio, gracias al estudio pormenorizado de los gustos del consumidor”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Economía y empresa alimentaria

- ♦ Comprender el concepto de empresa, marco institucional y jurídico, así como el balance económico de una empresa
- ♦ Adquirir conocimientos para evaluar el riesgo higiénico-sanitario y toxicológico de un proceso, alimento, ingrediente y envase, así como identificar las posibles causas de deterioro de los alimentos y establecer mecanismos de trazabilidad
- ♦ Conocer las fuentes de financiación, estados financieros y las diferentes áreas funcionales de una empresa
- ♦ Calcular e interpretar los valores obtenidos del Producto Interior Bruto y de la Renta Agraria para aplicaciones con fines económicos y de gestión empresarial

### Módulo 2. Industrias alimentarias

- ♦ Controlar y optimizar los procesos y los productos en la industria alimentaria
- ♦ Fabricar y conservar alimentos
- ♦ Desarrollar nuevos procesos y productos
- ♦ Conocer los procesos industriales de transformación y conservación de los alimentos, así como las tecnologías de envasado y almacenamiento
- ♦ Analizar los sistemas de control y optimización de procesos y productos aplicados a los principales tipos de industrias alimentarias
- ♦ Aplicar los conocimientos de los procesos de transformación y conservación al desarrollo de nuevos procesos y productos

### Módulo 3. Marketing y comportamiento del consumidor

- ♦ Conocer y comprender los conceptos, las herramientas y la lógica del marketing como actividad empresarial inherente a la producción de alimentos
- ♦ Aprender a tomar decisiones relacionadas con la comercialización de productos tales como la búsqueda de oportunidades de marketing, el diseño de estrategias y las acciones necesarias para comercializar alimentos con éxito
- ♦ Conocer los procedimientos de análisis del mercado y el comportamiento de los consumidores para asesorar a las empresas en el desarrollo de nuevos alimentos
- ♦ Diseño y aplicación de diferentes test producto aplicado a los alimentos para predecir el comportamiento de la población destino

# 03

## Dirección del curso

El compromiso de TECH con la excelencia académica se manifiesta en la calidad de sus equipos docentes, compuestos por profesionales altamente reconocidos en sus áreas de especialización. Estos expertos combinan su extensa experiencia con logros importantes derivados de sus investigaciones empíricas y trabajos prácticos. Además, asumen un rol decisivo en los programas universitarios, eligiendo los contenidos más innovadores y actualizados para los planes de estudio. Al mismo tiempo, colaboran en la creación de recursos multimedia de gran valor pedagógico, asegurando que los egresados reciban una preparación avanzada y de vanguardia.





“

*TECH pone a tu disposición un equipo docente de gran prestigio, compuesto por especialistas con una vasta experiencia en sus respectivas áreas”*

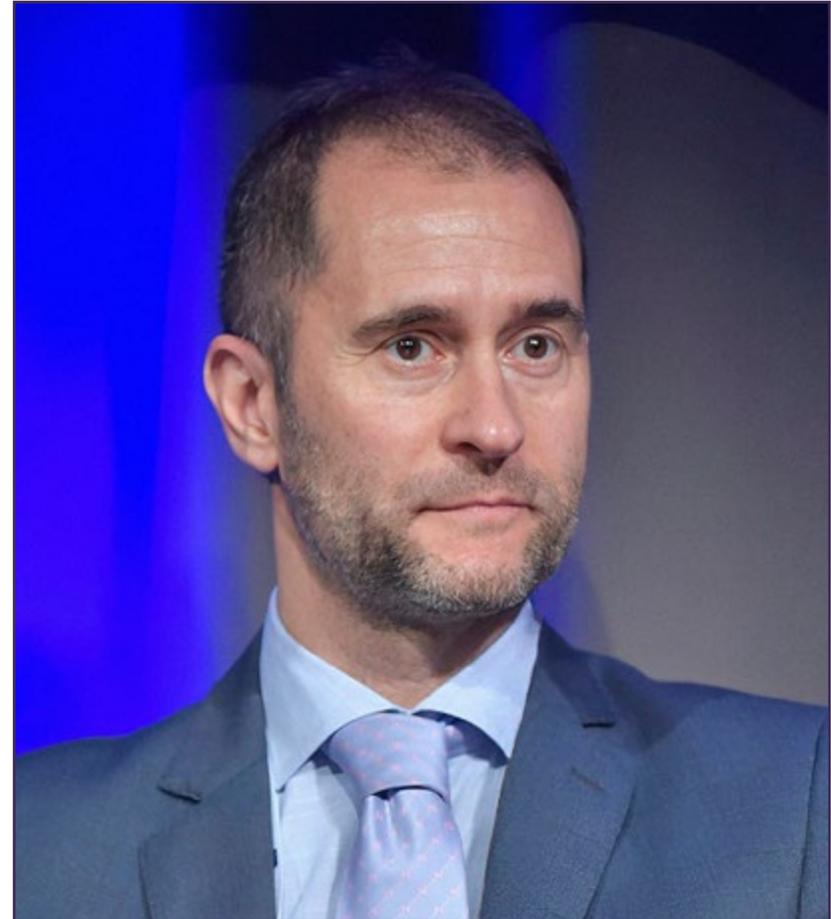
## Director Invitado Internacional

Roberto Buttini es un destacado directivo con más de 30 años de experiencia en el sector **alimentario**. Particularmente, se ha especializado en áreas como **Investigación y Desarrollo, Procesamiento de Alimentos, Innovación y Seguridad e Higiene**. A lo largo de su carrera, ha demostrado un firme compromiso con la mejora de la calidad de los productos de ingesta, aplicando soluciones que benefician tanto a los consumidores como al planeta. Su trabajo se ha centrado en **garantizar la excelencia en la fabricación de comestibles**, impulsando procesos **eficientes y sostenibles** que cumplen con los más altos estándares de calidad.

A través de su trayectoria laboral, ha trabajado en diversas compañías de renombre como Barilla, una de las principales **empresas italianas** del sector de la **Nutrición**. En ella ha ocupado varios puestos ejecutivos como el de **Vicepresidente de Calidad Global y Seguridad Alimentaria**. Además, fue **Director de Investigación, Desarrollo y Calidad en Kamps - Lieken**, adquiriendo habilidades clave en el manejo de equipos multidisciplinarios, estrategias de I+D y en la implementación de sistemas de calidad disruptivos. También trabajó como científico en Enel, donde perfeccionó su capacidad analítica y de investigación en contextos tecnológicos complejos.

A nivel internacional, ha ganado reconocimiento por su contribución a la industria alimentaria. Ha sido un referente en el diseño de estrategias que aseguran **productos en múltiples mercados globales**. Su trabajo le ha permitido adquirir prestigio a nivel mundial, consolidando su posición como un líder en su campo. Ha sido galardonado por su **enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial**, elevando cada vez más los estándares.

Asimismo, ha contribuido al conocimiento científico con artículos **especializados en procesamiento de alimentos**. Su enfoque en el cambio le ha permitido estar a la vanguardia en el desarrollo de prácticas más seguras, con un impacto significativo en la mejora de los sistemas.



## D. Buttini, Roberto

---

- ♦ Vicepresidente de Calidad Global y Seguridad Alimentaria de Barilla Group, Parma, Italia
- ♦ Director de Desarrollo de Producto - Bakery Europe Categorías Suaves y Bebidas en Barilla Group
- ♦ Director de Investigación, Desarrollo y Calidad en Kamps – Lieken
- ♦ Científico en Enel
- ♦ Especialización en Management en el Instituto de Directivos Italianos Natale Toffoloni
- ♦ Especialización en Tecnología de Alimentos en Universidad de Parma, Italia
- ♦ Licenciatura en Química en la Universidad de Parma, Italia

“

*Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”*

# 04

## Estructura y contenido

El plan de estudios de esta titulación universitaria ha sido elaborado por un equipo de expertos en la Industria Alimentaria. Su extenso conocimiento en este ámbito, permitirá que el profesional de la Nutrición esté al tanto de las últimas novedades sobre la gestión de las empresas de este sector, así como de las principales técnicas de marketing empleadas en la actualidad. Asimismo, para avanzar de un modo mucho más ágil por los tres módulos que integran este Experto Universitario, el alumnado dispone del sistema *Relearning*, empleado por TECH, y que le permitirá además reducir las largas horas de estudio.



“

*TECH pone a tu disposición recursos multimedia elaborados con las últimas herramientas tecnológicas aplicadas en titulaciones académicas”*

## Módulo 1. Economía y empresa alimentaria

- 1.1. Conceptos básicos de economía
  - 1.1.1. La economía y la necesidad de elegir
  - 1.1.2. La frontera de posibilidades de la producción y sus aplicaciones en la producción
  - 1.1.3. El funcionamiento de una economía de mercado
  - 1.1.4. Las limitaciones del sistema de economía de mercado y las economías mixtas
- 1.2. Las curvas de demanda y de oferta
  - 1.2.1. Los agentes que participan en el mercado. La demanda y la oferta
  - 1.2.2. El equilibrio del mercado
  - 1.2.3. Desplazamientos de las curvas de oferta y demanda
- 1.3. Aplicaciones del análisis de la oferta y de la demanda
  - 1.3.1. El descenso de los precios agrícolas
  - 1.3.2. Precios máximos y mínimos
  - 1.3.3. Establecimiento de precios subvencionados o de sostenimiento
  - 1.3.4. Principales sistemas utilizados para ayudar a los agricultores
- 1.4. La demanda de bienes
  - 1.4.1. La demanda de consumo y la utilidad
  - 1.4.2. La demanda de mercado
  - 1.4.3. La demanda y el concepto de elasticidad
  - 1.4.4. La elasticidad de la demanda y el ingreso total
  - 1.4.5. Otras elasticidades
- 1.5. La producción en la empresa y costes de producción
  - 1.5.1. La producción en el corto plazo
  - 1.5.2. La producción y el largo plazo
  - 1.5.3. Los costes de la empresa a corto plazo
  - 1.5.4. Los costes a largo plazo y los rendimientos de escala
  - 1.5.5. Las decisiones de producción de la empresa y la maximización de los beneficios
- 1.6. Tipología de mercados
  - 1.6.1. Las formas de la competencia
  - 1.6.2. Los mercados de competencia perfecta
  - 1.6.3. La empresa competitiva y la decisión de producir
  - 1.6.4. Características básicas de la competencia imperfecta
  - 1.6.5. Monopolio, oligopolio y competencia monopolística
- 1.7. Las macromagnitudes económicas
  - 1.7.1. Producto Interior Bruto e Índice General de Precios
  - 1.7.2. Renta e inversión Pública
  - 1.7.3. Macromagnitudes agrarias

- 1.8. Estructura organizativa de la empresa. Tipos de empresas
  - 1.8.1. Empresario individual
  - 1.8.2. Empresa sin personalidad jurídica
  - 1.8.3. Empresa con personalidad jurídica
  - 1.8.4. Responsabilidad social de la empresa
  - 1.8.5. Entorno jurídico y entorno fiscal
- 1.9. Áreas funcionales de la empresa
  - 1.9.1. La financiación en la empresa: fondos ajenos y fondos propios
  - 1.9.2. La producción en la empresa
  - 1.9.3. Área de aprovisionamiento y métodos de gestión de inventarios
  - 1.9.4. Recursos humanos
- 1.10. Análisis de los estados financieros de la empresa
  - 1.10.1. Análisis patrimonial
  - 1.10.2. Análisis financiero
  - 1.10.3. Análisis económico

## Módulo 2. Industria alimentaria

- 2.1. Cereales y productos derivados I
  - 2.1.1. Cereales: producción y consumo
    - 2.1.1.1. Clasificación de cereales
    - 2.1.1.2. Estado actual de la investigación y de la situación industrial
  - 2.1.2. Conceptos básicos del grano de los cereales
    - 2.1.2.1. Métodos y equipos de caracterización de las harinas y masas panarias
    - 2.1.2.2. Propiedades reológicas durante amasado, fermentación y horneado
  - 2.1.3. Productos derivados de cereales: Ingredientes, aditivos y coadyuvantes. Clasificación y efectos
- 2.2. Cereales y productos derivados II
  - 2.2.1. Proceso de panificación: etapas, cambios producidos y equipos utilizados
  - 2.2.2. Caracterización instrumental, sensorial y nutricional de productos derivados de cereales
  - 2.2.3. Aplicación del frío en panadería. Panes precocidos congelados. Proceso y calidad de producto
  - 2.2.4. Productos sin gluten derivados de cereales. Formulación, proceso y características de calidad.
  - 2.2.5. Pastas alimentarias. Ingredientes y proceso. Tipos de pasta
  - 2.2.6. Innovación en productos de panadería. Tendencias en el diseño de producto

- 2.3. Leche y productos lácteos. Huevos y ovoproductos I
  - 2.3.1. Calidad higiénico-sanitaria de la leche
    - 2.3.1.1. Origen y niveles de contaminación. Microbiota inicial y contaminante
    - 2.3.1.2. Presencia de contaminantes químicos: residuos y contaminantes
    - 2.3.1.3. Influencia de la higiene en la cadena de producción y comercialización de la leche
  - 2.3.2. Producción láctea. Síntesis de leche
    - 2.3.2.1. Factores que influyen en la composición de la leche: extrínsecos e intrínsecos
    - 2.3.2.2. Ordeño: buenas prácticas del proceso
  - 2.3.3. Tratamientos previos de la leche en granja: filtración, refrigeración y métodos alternativos de conservación
  - 2.3.4. Tratamientos en la industria láctea: clarificación y bacto-fugación, desnatado, estandarización, homogeneización, desaireación. Pasteurización. Definición. Procedimientos, Temperaturas de tratamiento y factores limitantes
    - 2.3.4.1. Tipos de pasteurizadores. Envasado. Control de calidad. Esterilización. Definición
    - 2.3.4.2. Métodos: convencional, UHT, otros sistemas. Envasado. Control de calidad Defectos de fabricación
    - 2.3.4.3. Tipos de leche pasteurizada y esterilizada. Selección de la leche. Batidos y Leches aromatizadas. Proceso de mezcla. Leches enriquecidas. Proceso de enriquecimiento
    - 2.3.4.4. Leche evaporada. Leche condensada
  - 2.3.5. Sistemas de conservación y envasado
  - 2.3.6. Control de calidad de la leche en Polvo
  - 2.3.7. Sistemas de envasado de la leche y control de calidad
- 2.4. Leche y productos lácteos. Huevos y ovoproductos I
  - 2.4.1. Derivados Lácteos. Natas y Mantequillas
  - 2.4.2. Proceso de elaboración. Métodos continuos de fabricación. Envasado y conservación. Defectos de fabricación y alteraciones
  - 2.4.3. Leches fermentadas: Yogur. Tratamientos preparatorios de la leche. Procesos y sistemas de elaboración
    - 2.4.3.1. Tipos de yogur. Problemas en la elaboración. Control de calidad
    - 2.4.3.2. Productos BIO y otras leches acidófilas
  - 2.4.4. Tecnología de la elaboración del queso: tratamientos preparatorios de la leche
    - 2.4.4.1. Obtención de la cuajada: sinéresis. Prensado. Salado
    - 2.4.4.2. Actividad de agua en el queso. Control y conservación de la salmuera
    - 2.4.4.3. Maduración del queso: agentes implicados. Factores que determinan la maduración. Efectos de la biota contaminante
    - 2.4.4.4. Problemas toxicológicos del queso
  - 2.4.5. Aditivos y tratamientos antifúngicos
  - 2.4.6. Helados. Características. Tipos de helados. Procesos de elaboración
  - 2.4.7. Huevos y ovoproductos
    - 2.4.7.1. Huevo fresco: tratamiento del huevo fresco como materia prima para la elaboración de derivados
    - 2.4.7.2. Ovoproductos: líquidos, congelados y deshidratados
- 2.5. Productos vegetales I
  - 2.5.1. Fisiología y tecnología postcosecha. Introducción
  - 2.5.2. Producción de frutos y hortalizas, la necesidad de la conservación postcosecha
  - 2.5.3. Respiración: metabolismo respiratorio y su influencia en la conservación postcosecha y en el deterioro de los vegetales
  - 2.5.4. Etileno: síntesis y metabolismo. Implicación del etileno en la regulación de la maduración de los frutos
  - 2.5.5. Maduración del fruto: El proceso de maduración, generalidades y su control
    - 2.5.5.1. Maduración climatérica y no-climatérica
    - 2.5.5.2. Cambios composicionales: cambios fisiológicos y bioquímicos durante la maduración y conservación de frutos y hortalizas
- 2.6. Productos Vegetales II
  - 2.6.1. Principio de la conservación de frutos y hortalizas por el control de gases ambientales. Modo de acción y sus aplicaciones en la conservación de frutos y vegetales
  - 2.6.2. Conservación refrigerada. Control de la temperatura en la conservación de frutos y hortalizas
    - 2.6.2.1. Métodos y aplicaciones tecnológicas
    - 2.6.2.2. Daños por frío y su control
  - 2.6.3. Transpiración: control de la pérdida de agua en la conservación de frutos y hortalizas
    - 2.6.3.1. Principios físicos. Sistemas de control
  - 2.6.4. Patología postcosecha: principales deterioros y podredumbres durante la conservación de frutos y hortalizas. Sistemas y métodos de control
  - 2.6.5. Productos IV Gama
    - 2.6.5.1. Fisiología de los productos vegetales: tecnologías de manipulación y conservación
- 2.7. Productos Vegetales III
  - 2.7.1. Elaboración de conservas vegetales: Descripción general de una línea de conservas característica de hortalizas
    - 2.7.1.1. Ejemplos de los principales tipos de conservas de hortalizas y legumbres
    - 2.7.1.2. Nuevos productos de origen vegetal: sopas frías
    - 2.7.1.3. Descripción general de una línea de envasado característica de frutas

- 2.7.2. Elaboración de zumos y néctares: extracción de zumos y tratamientos de zumos
  - 2.7.2.1. Sistemas de procesado, almacenamiento y envasado aséptico
  - 2.7.2.2. Ejemplos de líneas de obtención de los principales tipos de zumos
  - 2.7.2.3. Obtención y conservación de semielaborados: cremogenados
- 2.7.3. Elaboración de mermeladas, confituras y jaleas: proceso de elaboración y envasado
  - 2.7.3.1. ejemplos de líneas de elaboración características
  - 2.7.3.2. Aditivos empleados para la fabricación de confituras y mermeladas
- 2.8. Bebidas alcohólicas y aceites
  - 2.8.1. Bebidas alcohólicas: Vino. Proceso de elaboración
    - 2.8.1.1. Cerveza: proceso de elaboración. Tipos
    - 2.8.1.2. Aguardientes y licores: Procesos de elaboración y tipos
  - 2.8.2. Aceites y grasas: Introducción
    - 2.8.2.1. Aceite de oliva: Sistema de extracción del aceite de oliva
    - 2.8.2.2. Aceites de semillas oleaginosas. Extracción
  - 2.8.3. Grasas de origen animal: Refinación de grasas y aceites
- 2.9. Carne y producto derivados
  - 2.9.1. Industria de la carne: Producción y consumo
  - 2.9.2. Clasificación y propiedades funcionales de las proteínas musculares: Proteínas miofibrilares, sarcoplásmicas y del estroma
    - 2.9.2.1. Conversión del músculo en carne: síndrome del estrés porcino
  - 2.9.3. Maduración de la carne. Factores que afectan a la calidad de la carne para el consumo directo y la industrialización
  - 2.9.4. Química del curado: ingredientes, aditivos y coadyuvantes del curado
    - 2.9.4.1. Procesos industriales de curado: vía seca y vía húmeda
    - 2.9.4.2. Alternativas del nitrito
  - 2.9.5. Productos cárnicos crudos y crudos adobados: fundamentos y problemática de su conservación. Características de las materias primas
    - 2.9.5.1. Tipos de productos. Operaciones de fabricación
    - 2.9.5.2. Alteraciones y defectos
  - 2.9.6. Embutidos y Jamones cocidos: principios básicos de la preparación de emulsiones cárnicas. Características y selección de las materias primas
    - 2.9.6.1. Operaciones tecnológicas de fabricación. Sistemas industriales
    - 2.9.6.2. Alteraciones y defectos

- 2.10. Pescados y mariscos
  - 2.10.1. Pescados y mariscos. Características de interés tecnológico
  - 2.10.2. Principales artes industriales de pesca y marisqueo
    - 2.10.2.1. Operaciones unitarias de la tecnología del pescado
    - 2.10.2.2. Conservación por frío del pescado
  - 2.10.3. Salazón, escabechado, desecación y ahumado: aspectos tecnológicos de la fabricación
    - 2.10.3.1. Características del producto final. Rendimiento
  - 2.10.4. Comercialización

### Módulo 3. Marketing y comportamiento del consumidor

- 3.1. Concepto y función del marketing en la empresa
  - 3.1.1. Concepto y Naturaleza del marketing
  - 3.1.2. El proceso de Marketing
  - 3.1.3. Mercados de la empresa
  - 3.1.4. Evolución en los enfoques del negocio hacia el mercado
  - 3.1.5. Evolución y tendencias actuales del Marketing
- 3.2. El comportamiento de los consumidores en relación a los alimentos
  - 3.2.1. Naturaleza y alcance del estudio del comportamiento del consumidor
  - 3.2.2. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor
  - 3.2.3. El proceso de decisión de compra
  - 3.2.4. El proceso de compra organizacional
- 3.3. La investigación del mercado de los alimentos
  - 3.3.1. Concepto, objetivos y tipos de investigación en marketing
  - 3.3.2. Fuentes de información en marketing
  - 3.3.3. El proceso de investigación comercial
  - 3.3.4. Instrumentos de investigación comercial
  - 3.3.5. Mercados y clientes: la segmentación
- 3.4. Las decisiones de marketing relacionadas con los alimentos como productos comerciales
  - 3.4.1. Los alimentos como productos, características, y clasificación
  - 3.4.2. Decisiones sobre productos alimenticios
  - 3.4.3. Decisiones de marca

- 3.5. Desarrollo y comercialización de nuevos alimentos
  - 3.5.1. Estrategia de desarrollo de nuevos productos
  - 3.5.2. Etapas en el desarrollo de nuevos productos
  - 3.5.3. Gestión de un producto nuevo
  - 3.5.4. Políticas de marketing en el ciclo de vida del producto
- 3.6. Administración y políticas de fijación de precios
  - 3.6.1. Precios, aproximación al concepto
  - 3.6.2. Métodos de fijación de precios
  - 3.6.3. Estrategias de fijación de precios a productos nuevos
  - 3.6.4. Fijación de precios a un mix/cartera de productos.
  - 3.6.5. Estrategias de ajustes de precios
- 3.7. La comunicación con el mercado
  - 3.7.1. La función de las comunicaciones de marketing
  - 3.7.2. Herramientas de comunicación
  - 3.7.3. Desarrollo de una comunicación efectiva
  - 3.7.4. Factores del establecimiento del mix de comunicación
- 3.8. La distribución de alimentos
  - 3.8.1. Introducción
  - 3.8.2. Decisiones relativas al diseño del canal
  - 3.8.3. Decisiones relativas a la gestión del canal
  - 3.8.4. Integración y sistemas de canal
  - 3.8.5. Cambios en la organización del canal
- 3.9. Proceso de decisión del consumidor
  - 3.9.1. Características del estímulo y del mercado y su relación con la decisión del consumidor
    - 3.9.1.1 Decisión de compra extensiva, limitada y rutinaria
    - 3.9.1.2. Decisiones de compra de alta implicación y de baja implicación
    - 3.9.1.3. La tipología de compradores
  - 3.9.2. El reconocimiento del problema: concepto y factores influyentes
  - 3.9.3. La búsqueda de información: concepto, tipos, dimensiones y factores determinantes del proceso de búsqueda
  - 3.9.4. La evaluación de la información: los criterios de evaluación y las estrategias o reglas de decisión
  - 3.9.5. Aspectos generales de la elección de marca
    - 3.9.5.1 La elección del establecimiento
    - 3.9.5.2. Los procesos postcompra
- 3.10. La dimensión social en el proceso de compra del consumidor
  - 3.10.1. La cultura y su influencia sobre los consumidores: dimensiones, concepto, y aspectos característicos de la cultura
  - 3.10.2. El valor del consumo en las culturas occidentales
    - 3.10.2.1. Los estratos sociales y el comportamiento del consumidor: concepto, características y procedimientos de medición
    - 3.10.2.2. Los estilos de vida
  - 3.10.3. Los grupos: concepto, características y tipos de grupos
    - 3.10.3.1. La influencia de la familia en las decisiones de compra
    - 3.10.3.2. Tipos de decisiones de compra en familia y factores que inciden en el proceso de decisión familiar
    - 3.10.3.3. El ciclo de vida familiar



*Este programa te llevará a conocer las últimas estrategias de mix marketing y la innovación en el packaging en el sector alimentario”*

05

# Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”*

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo  
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



## Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

*El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”*

## Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



## Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



*La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”*

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

*Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.*

*Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.*



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





#### Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



06

# Titulación

El Experto Universitario en Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Global University.



“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

**TECH Global University**, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ([boletín oficial](#)). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Experto Universitario en Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



\*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



## Experto Universitario

Marketing y Gestión  
Empresarial en la  
Industria Alimentaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Experto Universitario

Marketing y Gestión Empresarial  
en la Industria Alimentaria