

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 Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/nutricion/experto-universitario/experto-marketing-gestion-empresarial-industria-alimentaria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología

pág. 18

05

Titulación

pág. 26

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.

Este **Experto Universitario en Marketing y Gestión Empresarial en la Industria Alimentaria** contiene el programa educativo 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



Un programa flexible que te adentrará en las novedades sobre la elección de marca 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 las 450 horas lectivas de 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

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



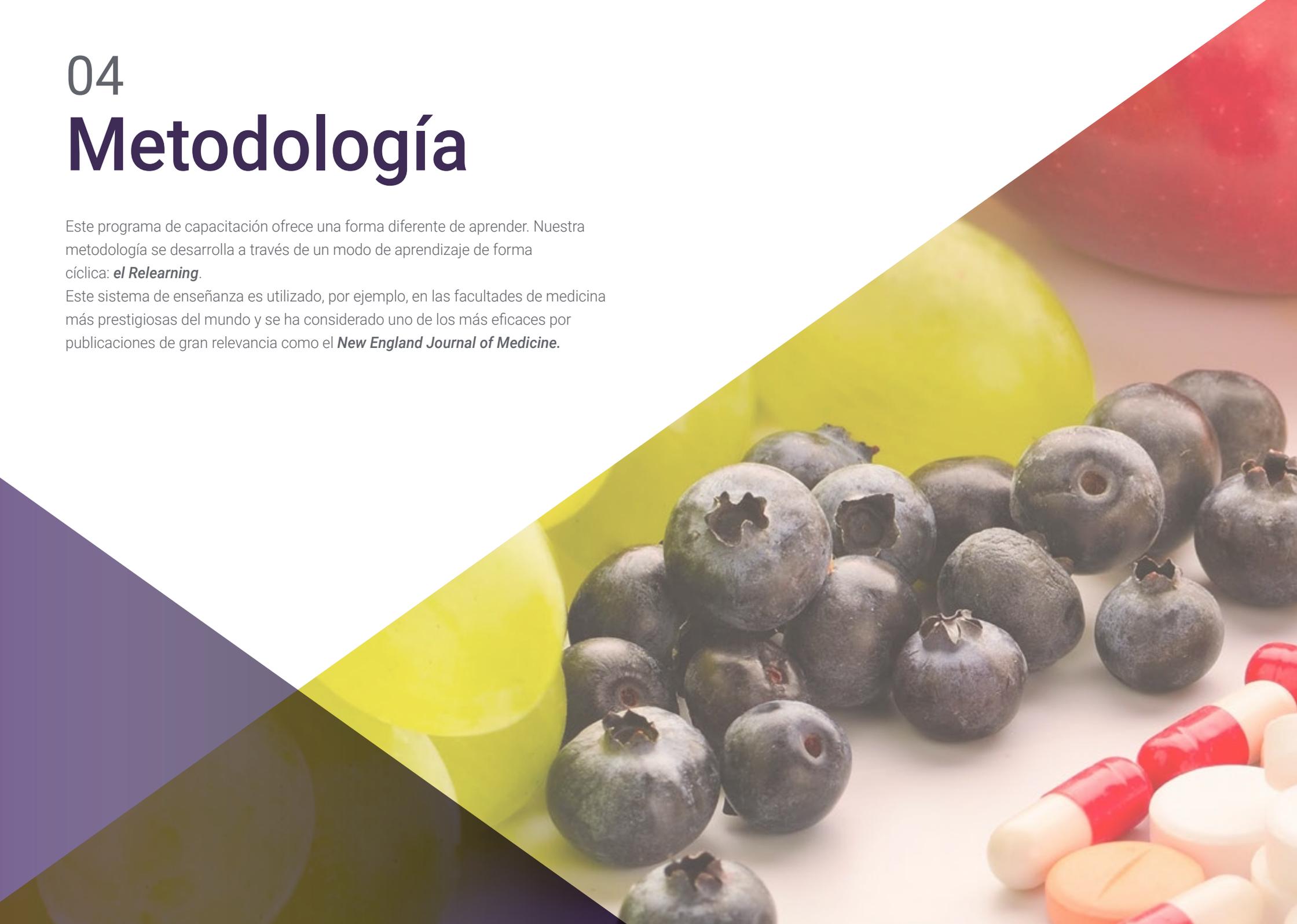
Este programa te llevará a conocer las últimas estrategias de mix marketing y la innovación en el packaging en el sector alimentario”

04

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

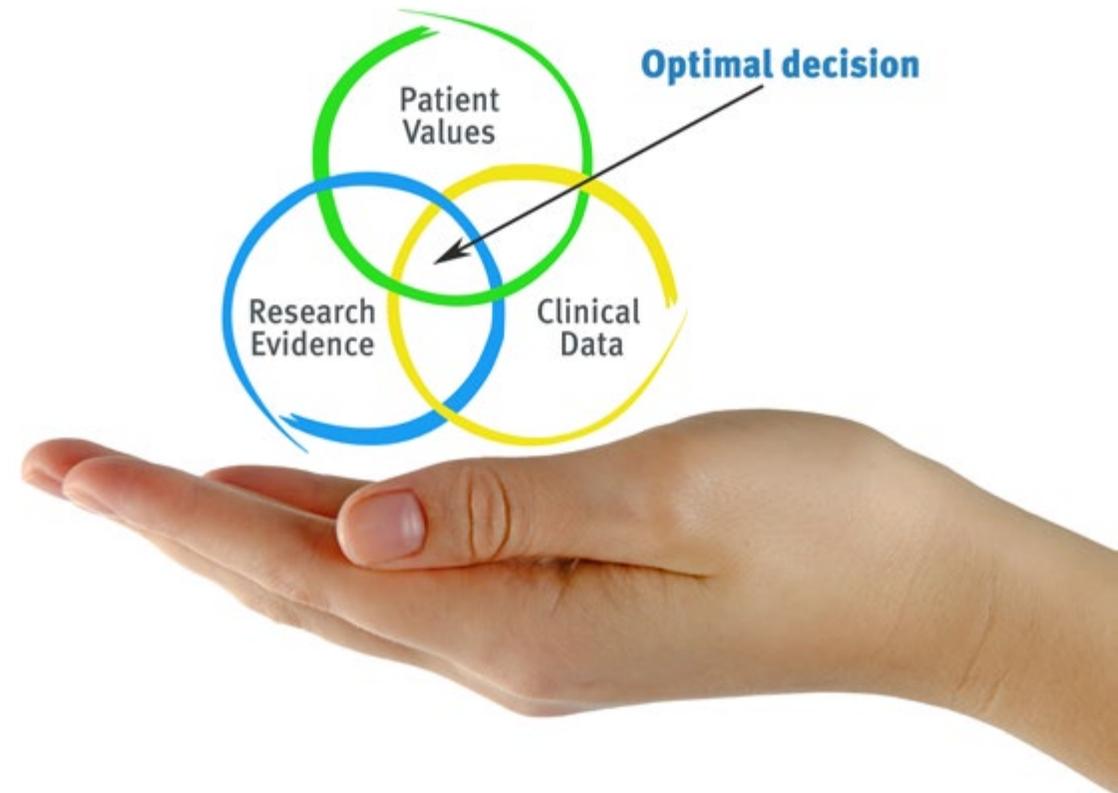
Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



En TECH empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación clínica, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos clínicos simulados, basados en pacientes reales en los que deberán investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método. Los especialistas aprenden mejor, más rápido y de manera más sostenible en el tiempo.

Con TECH el nutricionista experimenta una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo.



Según el Dr. Gérvas, el caso clínico es la presentación comentada de un paciente, o grupo de pacientes, que se convierte en «caso», en un ejemplo o modelo que ilustra algún componente clínico peculiar, bien por su poder docente, bien por su singularidad o rareza. Es esencial que el caso se apoye en la vida profesional actual, intentando recrear los condicionantes reales en la práctica profesional de la nutrición.

“

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los nutricionistas 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 nutricionista una mejor integración del conocimiento en la práctica clínica.
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.

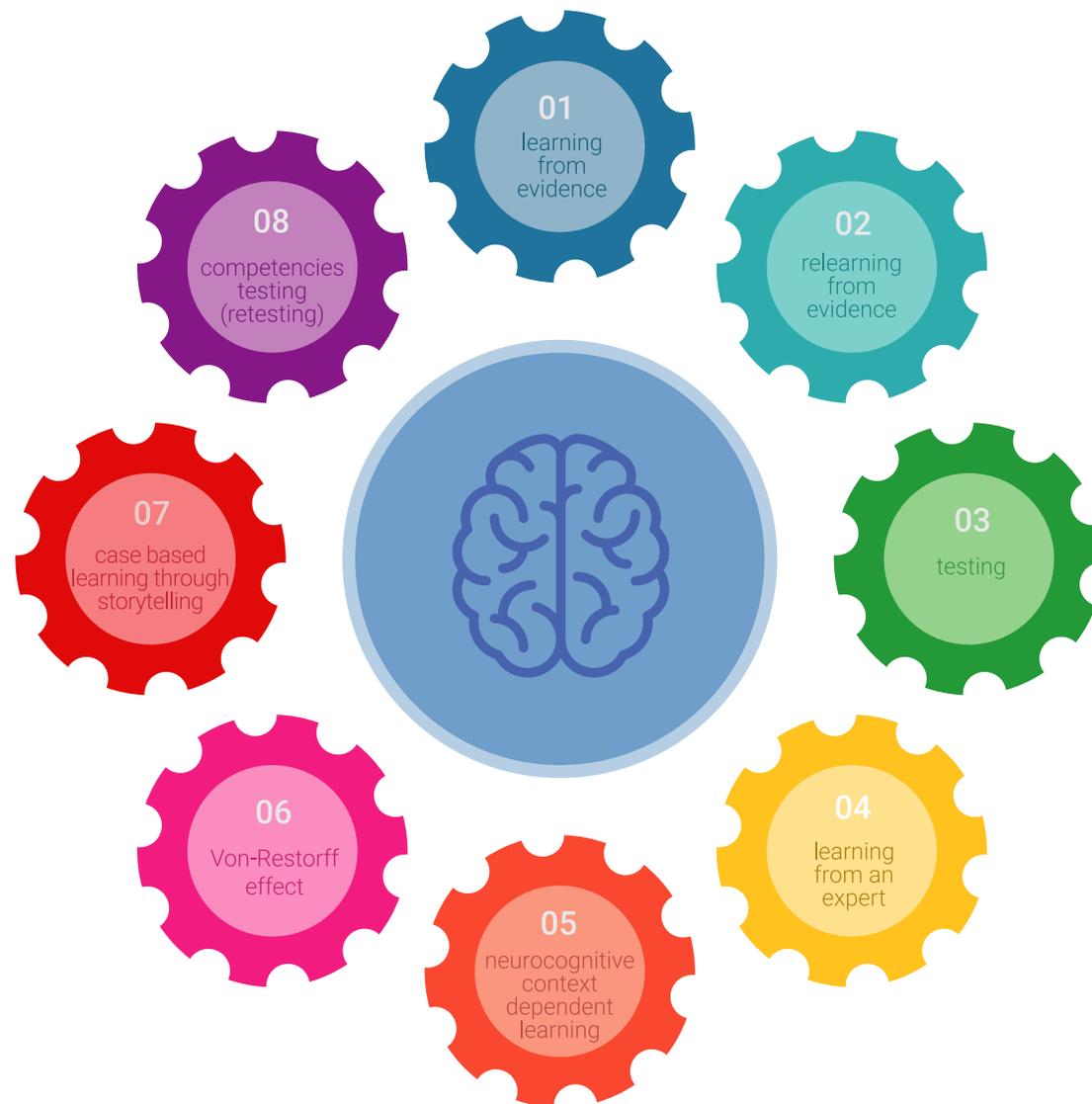


Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

El nutricionista aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de softwares de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.



Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología, se han capacitado más de 45.000 nutricionistas con un éxito sin precedentes en todas las especialidades clínicas con independencia de la carga en cirugía. Nuestra metodología pedagógica está desarrollada en entorno de máxima exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene el sistema de aprendizaje de TECH es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Técnicas y procedimientos de nutrición en vídeo

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, los últimos avances educativos y al primer plano de la actualidad en técnicas y procedimientos de asesoramiento nutricional. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para contribuir a la asimilación y comprensión del estudiante. Y lo mejor de todo, pudiéndolo ver las veces que quiera.



Resúmenes interactivos

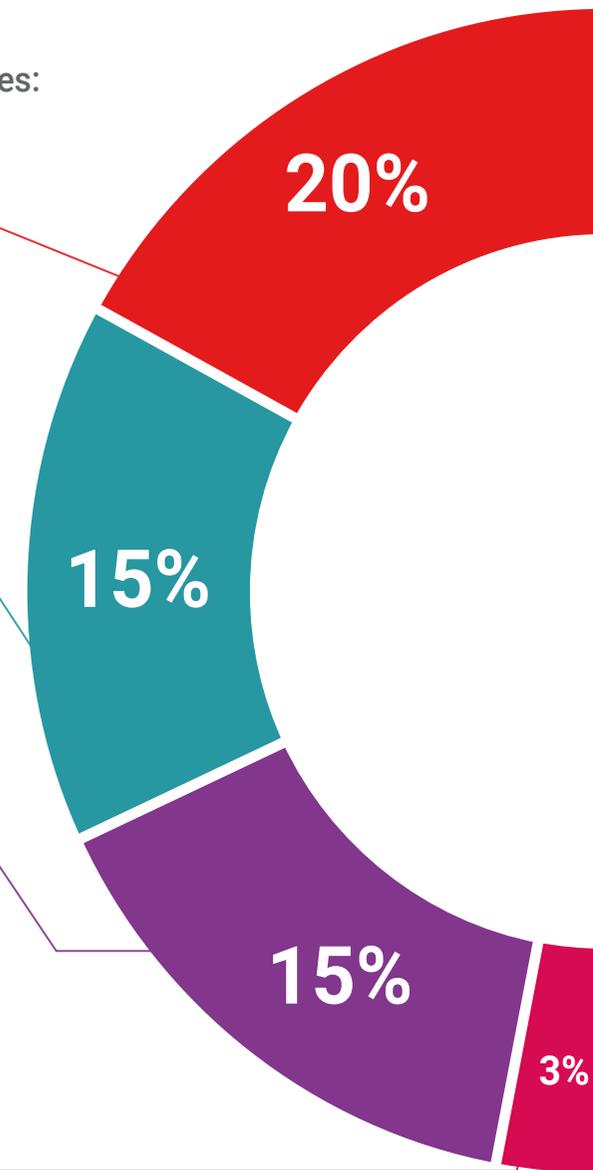
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto guiará al alumno a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



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 las 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.



05

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 Universidad Tecnológica. Tecnológica.



“

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

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

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua del profesional y aporta un alto valor curricular universitario a su formación, y es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

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

ECTS: **18**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION 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 Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario

Marketing y Gestión Empresarial
en la Industria Alimentaria