

# Certificat Avancé

Marketing et Gestion  
d'Entreprise dans  
l'Industrie Alimentaire





## **Certificat Avancé** Marketing et Gestion d'Entreprise dans l'Industrie Alimentaire

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/nutrition/diplome-universite/diplome-universite-marketing-gestion-entreprise-industrie-alimentaire](http://www.techtitute.com/fr/nutrition/diplome-universite/diplome-universite-marketing-gestion-entreprise-industrie-alimentaire)

# Accueil

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Structure et contenu

---

*page 12*

04

Méthodologie

---

*page 18*

05

Diplôme

---

*page 26*

# 01

# Présentation

L'industrie alimentaire a pris du poids au cours des dernières décennies grâce à des stratégies de marketing qui ont su créer, par le biais d'émotions, un besoin de consommer des produits à plus ou moins forte valeur nutritionnelle. Les nouvelles technologies de communication et d'information, l'innovation dans les emballages et les concepts de vente continuent de révolutionner le secteur. Face à ce scénario de transformation, le professionnel de la Nutrition doit connaître les derniers développements dans ce domaine pour gérer correctement les entreprises alimentaires. C'est pourquoi cette institution académique a conçu un programme 100% en ligne, qui permet au spécialiste d'apprendre les dernières évolutions du comportement des consommateurs, le développement de nouveaux processus, ainsi que les dernières tendances en matière de tests de produits. Le tout avec un contenu multimédia préparé par des experts du secteur.





“

*Ce Certificat Avancé vous fournit les dernières informations sur le Marketing appliqué à l'Industrie Alimentaire. Accédez au programme quand et où vous voulez"*

Les vidéos alimentaires postées sur YouTube, la promotion des produits par l'intermédiaire d'influenceurs sur différents réseaux sociaux, combinées aux techniques de vente traditionnelles, font actuellement partie des tendances Marketing de l'Industrie Alimentaire. Cependant, l'innovation et l'amélioration des saveurs, des textures et de la qualité des aliments eux-mêmes continuent d'être un facteur clé du succès du secteur.

Un domaine en constante transformation, qui cherche à son tour à lancer de nouveaux produits dotés de propriétés favorables à la santé des personnes. Dans ce contexte, il ne fait aucun doute que les professionnels de la Nutrition doivent être au courant de toutes les nouveautés afin d'élaborer le plan nutritionnel le plus approprié pour leurs patients ou de conseiller les entreprises du secteur. C'est pourquoi TECH a conçu ce Certificat Avancé en Marketing et Gestion d'Entreprise dans l'Industrie Alimentaire, qui vous permettra pendant 6 mois d'approfondir les derniers développements dans les méthodes d'études de marché, les techniques de contrôle et d'optimisation des processus et des produits et l'influence de la publicité sur la décision d'achat.

Tout cela sera possible grâce aux outils pédagogiques qui composent ce programme et qui vous permettront d'étudier le comportement des consommateurs par rapport à l'alimentation, l'utilisation du marketing mix ou les meilleures stratégies de fixation des prix d'une manière beaucoup plus dynamique et visuelle. Les études de cas fournies par les spécialistes qui enseignent ce diplôme vous rapprocheront de situations qui seront d'une grande utilité et d'une application directe dans votre pratique quotidienne.

Cette institution académique offre donc une excellente opportunité de mettre à jour vos connaissances à tout moment et en tout lieu. Ainsi, les étudiants n'ont besoin que d'un appareil électronique doté d'une connexion internet pour pouvoir consulter le contenu hébergé sur la plateforme virtuelle. De plus, le nutritionniste a la liberté de répartir la charge d'enseignement en fonction de ses besoins, ce qui lui permet de combiner plus facilement un diplôme universitaire de qualité avec les responsabilités les plus exigeantes.

Ce **Certificat Avancé en Marketing et Gestion d'Entreprise dans l'Industrie Alimentaire** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- Le développement d'études de cas présentées par des experts en Technologie Alimentaire
- Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



*Un programme flexible qui vous présentera les derniers développements en matière de marquage alimentaire"*

“

*Cette certification vous permet de réaliser des études de cas, qui vous donneront une connaissance de première main de situations réelles et réussies dans le domaine du Marketing et de la Gestion d'Entreprise dans l'Industrie Alimentaire"*

Le programme comprend, dans son corps enseignant, des professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

*Il s'agit d'une option académique qui vous permettra de vous plonger confortablement dans les dernières stratégies efficaces en matière de distribution alimentaire.*

*TECH pense à vous. C'est pourquoi elle a conçu un Certificat Avancé compatible avec votre travail de nutritionniste et vos responsabilités personnelles.*



# 02

## Objectifs

Au terme des 450 heures de cours de ce Certificat Avancé, le professionnel de la Nutrition aura obtenu les connaissances actualisées qu'il recherchait dans le domaine du Marketing et de la Gestion d'Entreprise dans l'Industrie Alimentaire. Cela sera possible grâce aux résumés vidéo de chaque sujet, aux vidéos détaillées, aux schémas ou aux lectures spécialisées qui composent le syllabus, auxquels vous aurez accès 24 heures sur 24 depuis votre ordinateur ou votre tablette.







“

*Depuis votre ordinateur connecté à Internet et quand vous le souhaitez, vous pouvez accéder aux contenus les plus récents sur la gestion d'entreprise réussie dans l'Industrie Alimentaire"*



## Objectifs généraux

---

- ♦ Maîtriser les aspects mathématiques, statistiques et économiques liés aux métiers de l'alimentation
- ♦ Analyser les tendances de la production et de la consommation alimentaires
- ♦ Évaluer et reconnaître l'importance sanitaire et préventive des programmes de nettoyage, de désinfection, de désinsectisation et de dératisation dans la chaîne alimentaire
- ♦ Fournir des conseils scientifiques et techniques sur les produits alimentaires et leur développement



*Avec ce programme 100% en ligne, vous pourrez vous tenir au courant des nouvelles approches commerciales, grâce à l'étude détaillée des goûts des consommateurs"*





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Économie et commerce alimentaire

- ♦ Comprendre la notion d'entreprise, le cadre institutionnel et juridique, ainsi que l'équilibre économique d'une entreprise
- ♦ Acquérir les connaissances nécessaires pour évaluer le risque hygiénico-sanitaire et toxicologique d'un processus, d'un aliment, d'un ingrédient et d'un emballage, ainsi que pour identifier les causes possibles d'altération des aliments et établir des mécanismes de traçabilité
- ♦ Connaître les sources de financement, les états financiers et les différents domaines fonctionnels d'une entreprise
- ♦ Calculer et interpréter les valeurs obtenues à partir du produit intérieur brut et du revenu agricole à des fins de gestion économique et commerciale

### Module 2. Industries alimentaires

- ♦ Maîtriser et optimiser les procédés et les produits dans l'industrie alimentaire
- ♦ Fabriquer et conserver des aliments
- ♦ Développer de nouveaux processus et produits
- ♦ Comprendre les processus industriels de transformation et de conservation des aliments, ainsi que les technologies d'emballage et de stockage
- ♦ Analyser les systèmes de contrôle et d'optimisation des processus et des produits appliqués aux principaux types d'industries alimentaires
- ♦ Appliquer la connaissance des processus de transformation et de préservation au développement de nouveaux processus et produits

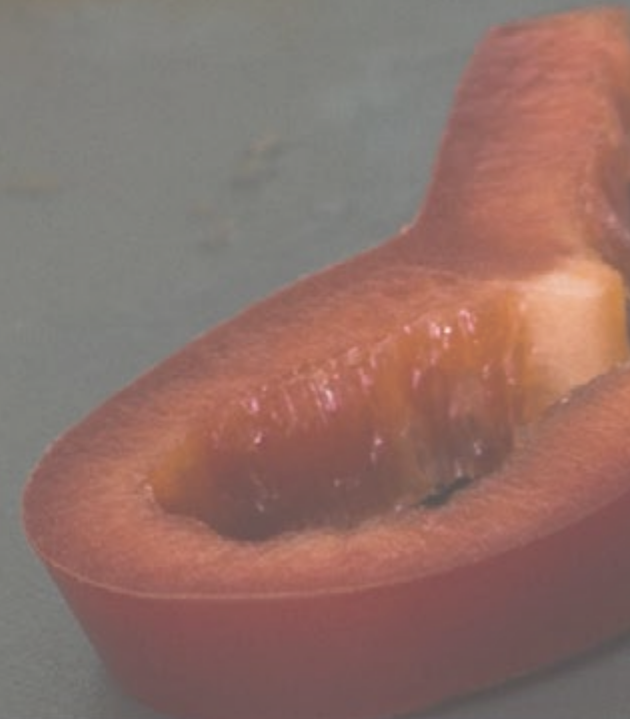
### Module 3. Marketing et comportement du consommateur

- ♦ Connaître et comprendre les concepts, les outils et la logique du marketing en tant qu'activité commerciale inhérente à la production alimentaire
- ♦ Apprendre à prendre des décisions liées à la commercialisation des produits, telles que la recherche d'opportunités de commercialisation, la conception de stratégies et d'actions nécessaires à la réussite de la commercialisation des produits alimentaires
- ♦ Connaître les procédures d'analyse du marché et du comportement des consommateurs pour conseiller les entreprises dans le développement de nouveaux produits alimentaires
- ♦ Conception et application de différents tests de produits appliqués aux denrées alimentaires afin de prévoir le comportement de la population cible

# 03

## Structure et contenu

Le programme de ce diplôme a été élaboré par une équipe d'experts de l'industrie alimentaire. Leurs connaissances approfondies dans ce domaine permettront au professionnel de la Nutrition de se tenir au courant des derniers développements dans la gestion des entreprises de ce secteur, ainsi que des principales techniques de marketing actuellement utilisées. De même, afin de progresser dans les trois modules qui composent ce Certificat Avancé d'une manière beaucoup plus agile, les étudiants ont accès au système *Relearning*, utilisé par TECH, qui leur permettra également de réduire les longues heures d'étude.





“

*TECH met à votre disposition des ressources multimédias élaborées à l'aide des derniers outils technologiques appliqués aux diplômes universitaires”*

## Module 1. Économie et commerce alimentaire

- 1.1. Concepts de base de l'économie
  - 1.1.1. L'économie et le besoin de choix
  - 1.1.2. La frontière des possibilités de production et ses applications dans la production
  - 1.1.3. Le fonctionnement d'une économie de marché
  - 1.1.4. Limites du système d'économie de marché et des économies mixtes
- 1.2. Courbes de demande et d'offre
  - 1.2.1. Les agents participant au marché. L'offre et la demande
  - 1.2.2. Équilibre du marché
  - 1.2.3. Déplacement des courbes d'offre et de demande
- 1.3. Applications de l'analyse de l'offre et de la demande
  - 1.3.1. Baisse des prix agricoles
  - 1.3.2. Plafonds et planchers de prix
  - 1.3.3. Fixation de prix subventionnés ou de soutien
  - 1.3.4. Principaux régimes utilisés pour soutenir les agriculteurs
- 1.4. La demande de biens
  - 1.4.1. Demande des consommateurs et utilité
  - 1.4.2. Demande du marché
  - 1.4.3. La demande et le concept d'élasticité
  - 1.4.4. Élasticité de la demande et revenu total
  - 1.4.5. Autres élasticités
- 1.5. Production dans l'entreprise et coûts de production
  - 1.5.1. Production à court terme
  - 1.5.2. La production et le long terme
  - 1.5.3. Les coûts de l'entreprise à court terme
  - 1.5.4. Coûts et rendements d'échelle à long terme
  - 1.5.5. Les décisions de production de l'entreprise et la maximisation du profit
- 1.6. Typologie des marchés
  - 1.6.1. Formes de concurrence
  - 1.6.2. Marchés de concurrence parfaite
  - 1.6.3. L'entreprise concurrentielle et la décision de produire
  - 1.6.4. Caractéristiques de base de la concurrence imparfaite
  - 1.6.5. Monopole, oligopole et concurrence monopolistique
- 1.7. Macromagnitudes économiques
  - 1.7.1. Produit intérieur brut et indice général des prix
  - 1.7.2. Revenus et investissements Publics
  - 1.7.3. Macro magnitudes agricoles

- 1.8. Structure organisationnelle de l'entreprise. Types d'entreprises
  - 1.8.1. Entreprise individuelle
  - 1.8.2. Entreprise non constituée en société
  - 1.8.3. Société dotée de la personnalité juridique
  - 1.8.4. Responsabilité Sociale des entreprises
  - 1.8.5. Environnement juridique et fiscal
- 1.9. Domaines fonctionnels de l'entreprise
  - 1.9.1. Le financement de l'entreprise: fonds empruntés et fonds propres
  - 1.9.2. La production dans l'entreprise
  - 1.9.3. Méthodes de gestion des zones d'approvisionnement et des stocks
  - 1.9.4. Ressources humaines
- 1.10. Analyse des états financiers d'une entreprise
  - 1.10.1. Analyse des fonds propres
  - 1.10.2. Analyse financière
  - 1.10.3. Analyse économique

## Module 2. Industrie alimentaire

- 2.1. Céréales et produits dérivés I
  - 2.1.1. Céréales: production et consommation
    - 2.1.1.1. Classification des céréales
    - 2.1.1.2. État actuel de la recherche et situation industrielle
  - 2.1.2. Concepts de base des grains céréaliers
    - 2.1.2.1. Méthodes et équipements pour la caractérisation de la farine et des pâtes pour la boulangerie
    - 2.1.2.2. Propriétés rhéologiques pendant le pétrissage, la fermentation et la cuisson
  - 2.1.3. Produits céréaliers: Ingrédients, additifs et adjuvants. Classification et effets
- 2.2. Céréales et produits dérivés II
  - 2.2.1. Processus de cuisson: étapes, changements produits, équipement utilisé
  - 2.2.2. Caractérisation instrumentale, sensorielle et nutritionnelle des produits dérivés des céréales
  - 2.2.3. Application du froid en boulangerie. Pains précuits surgelés. Processus et qualité du produit
  - 2.2.4. Produits sans gluten dérivés de céréales. Formulation, processus et caractéristiques de qualité
  - 2.2.5. Produits à base de pâtes. Ingrédients et traitement. Types de pâtes
  - 2.2.6. L'innovation dans les produits de boulangerie. Tendances en matière de conception de produits

- 2.3. Le lait et les produits laitiers. Œufs et ovoproduits I
  - 2.3.1. Qualité hygiénique et sanitaire du lait
    - 2.3.1.1. Origine et niveaux de contamination Microbiote initial et contaminant
    - 2.3.1.2. Présence de contaminants chimiques: résidus et contaminants
    - 2.3.1.3. Influence de l'hygiène dans la chaîne de production et de commercialisation du lait
  - 2.3.2. La production de lait. Synthèse du lait
    - 2.3.2.1. Facteurs influençant la composition du lait: facteurs extrinsèques et intrinsèques
    - 2.3.2.2. Traite: bonnes pratiques
  - 2.3.3. Prétraitement du lait à la ferme: filtration, réfrigération et méthodes alternatives de conservation
  - 2.3.4. Traitements dans l'industrie laitière: clarification et bactofugation, écrémage, standardisation, homogénéisation, désaération. Pasteurisation. Définition. Procédures, températures de traitement et facteurs limitants
    - 2.3.4.1. Types de pasteurisateurs. Emballage. Contrôle de la qualité Stérilisation Définition
    - 2.3.4.2. Méthodes: conventionnelle, UHT, autres systèmes. Emballage. Contrôle de la qualité Défauts de fabrication
    - 2.3.4.3. Types de lait pasteurisé et stérilisé. Sélection de lait Milkshakes et laits aromatisés. Processus de mélange Laits enrichis Processus d'enrichissement
    - 2.3.4.4. Lait évaporé Lait condensé
  - 2.3.5. Systèmes de conservation et d'emballage
  - 2.3.6. Contrôle de la qualité du lait en Poudre
  - 2.3.7. Systèmes de conditionnement du lait et de contrôle de la qualité
- 2.4. Lait et produits laitiers. Œufs et ovoproduits I
  - 2.4.1. Produits Laitiers. Crèmes et Beurres
  - 2.4.2. Processus de production. Méthodes de fabrication en continu. Conditionnement et conservation Défauts de fabrication et altérations
  - 2.4.3. Laits fermentés. Yaourt. Traitements préparatoires du lait Procédés et systèmes de production
    - 2.4.3.1. Les types de yaourts. Problèmes de traitement Contrôle de la qualité
    - 2.4.3.2. Produits BIO et autres laits acidophiles
  - 2.4.4. Technologie fromagère: traitements préparatoires du lait
    - 2.4.4.1. Production de caillé: synergie. Pressage. Salage
    - 2.4.4.2. Activité de l'eau dans le fromage Contrôle et conservation de la saumure
    - 2.4.4.3. Affinage des fromages: agents impliqués. Facteurs déterminant le mûrissement. Effets de la contamination du biote
    - 2.4.4.4. Problèmes toxicologiques du fromage
  - 2.4.5. Additifs et traitements antifongiques
  - 2.4.6. De la glace. Caractéristiques. Types de glaces. Procédés de fabrication
  - 2.4.7. Œufs et ovoproduits
    - 2.4.7.1. Œuf frais: transformation de l'œuf frais comme matière première pour la production d'ovoproduits
    - 2.4.7.2. Produits à base d'œufs: liquides, congelés et déshydratés
- 2.5. Produits végétaux I
  - 2.5.1. Physiologie et technologie post-récolte. Introduction
  - 2.5.2. La production de fruits et légumes, la nécessité de la conservation après récolte
  - 2.5.3. Respiration: le métabolisme respiratoire et son influence sur la conservation après récolte et l'altération des légumes
  - 2.5.4. L'éthylène: synthèse et métabolisme. Implication de l'éthylène dans la régulation de la maturation des fruits
  - 2.5.5. Maturation des fruits: Le processus de maturation, ses généralités et son contrôle
    - 2.5.5.1. Maturation climactérique et non climactérique
    - 2.5.5.2. Modifications de la composition: changements physiologiques et biochimiques au cours de la maturation et de la conservation des fruits et légumes
- 2.6. Produits végétaux II
  - 2.6.1. Principe de la conservation des fruits et légumes par le contrôle des gaz environnementaux. Mode d'action et applications dans la conservation des fruits et légumes
  - 2.6.2. Conservation au réfrigérateur. Contrôle de la température dans la conservation des fruits et légumes
    - 2.6.2.1. Méthodes et applications technologiques
    - 2.6.2.2. Les dommages causés par le froid et leur contrôle
  - 2.6.3. Transpiration: contrôle de la perte d'eau dans la conservation des fruits et légumes et des légumes
    - 2.6.3.1. Principes physiques Systèmes de contrôle
  - 2.6.4. Pathologie post-récolte: principales altérations et pourritures lors de la conservation des fruits et légumes. Systèmes et méthodes de contrôle
  - 2.6.5. Produits frais coupés
    - 2.6.5.1. Physiologie des produits végétaux: technologies de manipulation et de conservation
- 2.7. Produits végétaux III
  - 2.7.1. Production de légumes en conserve: Vue d'ensemble d'une ligne typique de mise en conserve de légumes
    - 2.7.1.1. Exemples des principaux types de légumes et légumineuses en conserve
    - 2.7.1.2. Nouveaux produits d'origine végétale: soupes froides
    - 2.7.1.3. Vue d'ensemble d'une ligne de conditionnement de fruits typique

- 2.7.2. Traitement des jus et des nectars: extraction du jus et traitement du jus
  - 2.7.2.1. Systèmes de traitement, de stockage et de conditionnement aseptiques
  - 2.7.2.2. Exemples de lignes de production pour les principaux types de jus de fruits
  - 2.7.2.3. Production et conservation de produits semi-transformés: produits crémogènes
- 2.7.3. Production de confitures, gelées et confitures: processus de production et de conditionnement
  - 2.7.3.1. exemples de lignes de traitement typiques
  - 2.7.3.2. Additifs utilisés dans la fabrication des confitures et marmelades
- 2.8. Boissons alcoolisées et huiles
  - 2.8.1. Boissons alcoolisées Vin: Processus de vinification
    - 2.8.1.1. Bière: processus de brassage. Types
    - 2.8.1.2. Spiritueux et liqueurs: Processus de production et types
  - 2.8.2. Huiles et graisses: Introduction
    - 2.8.2.1. Huile d'olive: Système d'extraction de l'huile d'olive
    - 2.8.2.2. Huiles de graines oléagineuses. Extraction
  - 2.8.3. Graisses animales: Raffinage des graisses et des huiles
- 2.9. Viande et produits à base de viande
  - 2.9.1. Industrie de la viande: Production et consommation
  - 2.9.2. Classification et propriétés fonctionnelles des protéines musculaires: Protéines myofibrillaires, sarcoplasmiques et stromales
    - 2.9.2.1. Transformation du muscle en viande: le syndrome de stress porcin
  - 2.9.3. Maturation de la viande. Facteurs affectant la qualité de la viande destinée à la consommation directe et à l'industrialisation
  - 2.9.4. Chimie du durcissement: ingrédients, additifs et adjuvants de durcissement
    - 2.9.4.1. Procédés de séchage industriels: procédés de séchage à sec et par voie humide
    - 2.9.4.2. Alternatives au nitrite
  - 2.9.5. Produits carnés crus et crus marinés: principes fondamentaux et problèmes de conservation. Caractéristiques des matières premières
    - 2.9.5.1. Types de produits. Opérations de fabrication
    - 2.9.5.2. Modifications et défauts
  - 2.9.6. Saucisses et jambons cuits: principes de base de la préparation des émulsions de viande. Caractéristiques et sélection des matières premières
    - 2.9.6.1. Opérations de fabrication technologique. Systèmes industriels
    - 2.9.6.2. Modifications et défauts

- 2.10. Poissons et crustacés
  - 2.10.1. Poissons et fruits de mer. Caractéristiques de l'intérêt technologique
  - 2.10.2. Principaux engins de pêche et de conchyliculture industriels
    - 2.10.2.1. Opérations unitaires de la technologie du poisson
    - 2.10.2.2. Conservation du poisson par le froid
  - 2.10.3. Salage, marinage, séchage et fumage: aspects technologiques de la production
    - 2.10.3.1. Caractéristiques du produit final. Rendement
  - 2.10.4. Commercialisation

### Module 3. Marketing et comportement du consommateur

- 3.1. Concept et rôle du marketing dans les entreprises
  - 3.1.1. Concept et Nature du marketing
  - 3.1.2. Le processus de Marketing
  - 3.1.3. Les marchés de l'entreprise
  - 3.1.4. Évolution des approches commerciales du marché
  - 3.1.5. Évolution et tendances actuelles du marketing
- 3.2. Comportement des consommateurs par rapport à l'alimentation
  - 3.2.1. Nature et portée de l'étude du comportement du consommateur
  - 3.2.2. Facteurs influençant le comportement des consommateurs
  - 3.2.3. Processus de décision d'achat
  - 3.2.4. Le processus d'achat organisationnel
- 3.3. Étude de marché sur les produits alimentaires
  - 3.3.1. Concept, objectifs et types d'études de marché
  - 3.3.2. Sources d'information marketing
  - 3.3.3. Le processus de recherche en marketing
  - 3.3.4. Outils de recherche en marketing
  - 3.3.5. Marchés et clients: segmentation
- 3.4. Décisions de marketing liées à l'alimentation en tant que produit commercial
  - 3.4.1. Les aliments en tant que produits, caractéristiques et classification
  - 3.4.2. Décisions concernant les produits alimentaires
  - 3.4.3. Décisions relatives à l'image de marque
- 3.5. Développement et commercialisation de nouveaux aliments
  - 3.5.1. Stratégie de développement de nouveaux produits
  - 3.5.2. Les étapes du développement d'un nouveau produit
  - 3.5.3. Gestion des nouveaux produits
  - 3.5.4. Politiques de marketing dans le cycle de vie des produits



- 3.6. Politiques de gestion et de tarification
  - 3.6.1. Fixation des prix, approche du concept
  - 3.6.2. Méthodes de fixation des prix
  - 3.6.3. Stratégies de fixation des prix pour les nouveaux produits
  - 3.6.4. Fixer le prix d'un mélange/portfolio de produits
  - 3.6.5. Stratégies d'ajustement des prix
- 3.7. Communication avec le marché
  - 3.7.1. Le rôle de la communication marketing
  - 3.7.2. Outil de communication
  - 3.7.3. Développer une communication efficace
  - 3.7.4. Facteurs permettant d'établir le mix de communication
- 3.8. Distribution de nourriture
  - 3.8.1. Introduction
  - 3.8.2. Décisions relatives à la conception des canaux
  - 3.8.3. Décisions en matière de gestion des canaux
  - 3.8.4. Systèmes d'intégration et de canaux
  - 3.8.5. Changements dans l'organisation des canaux
- 3.9. Processus de décision du consommateur
  - 3.9.1. Caractéristiques du stimulus et du marché et leur relation avec la décision de choix du consommateur
    - 3.9.1.1. Décision d'achat extensif, limité et de routine
    - 3.9.1.2. Décisions d'achat à forte implication et à faible implication
    - 3.9.1.3. Typologie des acheteurs
  - 3.9.2. Reconnaissance du problème: concept et facteurs d'influence
  - 3.9.3. La recherche d'informations: concept, types, dimensions et facteurs déterminants du processus de recherche
  - 3.9.4. L'évaluation des informations: critères d'évaluation et règles ou stratégies de décision
  - 3.9.5. Aspects généraux du choix de la marque
    - 3.9.5.1. Le choix de l'établissement
    - 3.9.5.2. Processus post-achat
- 3.10. La dimension sociale dans le processus d'achat du consommateur
  - 3.10.1. La culture et son influence sur les consommateurs: dimensions, concept et caractéristiques de la culture
  - 3.10.2. La valeur de la consommation dans les cultures occidentales
    - 3.10.2.1. Strates sociales et comportement du consommateur: concept, caractéristiques et procédures de mesure
    - 3.10.2.2. Styles de vie
  - 3.10.3. Groupes: concept, caractéristiques et types de groupes
    - 3.10.3.1. L'influence de la famille sur les décisions d'achat
    - 3.10.3.2. Types de décisions d'achat en famille et facteurs influençant le processus de décision en famille
    - 3.10.3.3. Le cycle de vie de la famille



*Ce programme vous présentera les dernières stratégies de marketing mix et les innovations en matière d'emballage dans le secteur alimentaire"*

04

# Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***el Relearning***.

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le ***New England Journal of Medicine***.



“

*Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle"*

## À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Dans une situation clinique donnée: que doit faire un professionnel? Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas cliniques simulés, basés sur des patients réels, dans lesquels vous devrez enquêter, établir des hypothèses et finalement résoudre la situation. Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'efficacité de cette méthode. Les spécialistes apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement dans le temps.

*Avec TECH, le nutritionniste fait l'expérience d'une méthode d'apprentissage qui ébranle les fondements des universités traditionnelles du monde entier.*



Selon le Dr Gérvas, le cas clinique est la présentation commentée d'un patient, ou d'un groupe de patients, qui devient un "cas", un exemple ou un modèle illustrant une composante clinique particulière, soit en raison de son pouvoir pédagogique, soit en raison de sa singularité ou de sa rareté. Il est essentiel que le cas soit ancré dans la vie professionnelle actuelle, en essayant de recréer les contraintes réelles de la pratique professionnelle de la nutrition.

“

*Saviez-vous que cette méthode a été développée en 1912 à Harvard pour les étudiants en Droit? La méthode des cas consiste à présenter aux apprenants des situations réelles complexes pour qu'ils s'entraînent à prendre des décisions et pour qu'ils soient capables de justifier la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme une méthode d'enseignement standard à Harvard"*

#### L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les nutritionnistes qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale grâce à des exercices permettant d'évaluer des situations réelles et d'appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques qui permettent au nutritionniste de mieux intégrer les connaissances dans la pratique clinique.
3. Grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité, on obtient une assimilation plus simple et plus efficace des idées et des concepts.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.



## Relearning Methodology

À TECH, nous enrichissons la méthode des cas avec la meilleure méthodologie d'enseignement 100% en ligne du moment: le Relearning.

Notre Université est la première au monde à combiner l'étude de cas cliniques avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique et combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque cours. Ceci représente une véritable révolution par rapport à une simple étude et analyse de cas.



*Le nutritionniste apprendra à travers des études de cas réels ainsi qu'en s'exerçant à résoudre des situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés. Ces simulations sont développées à l'aide de logiciels de pointe pour faciliter l'apprentissage par immersion.*

Selon les indicateurs de qualité de la meilleure université en ligne du monde hispanophone (Columbia University). La méthode Relearning, à la pointe de la pédagogie mondiale, a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels finalisant leurs études.

Grâce à cette méthodologie, plus de 45.000 nutritionnistes ont été formés avec un succès sans précédent dans toutes les spécialités cliniques, quelle que soit la charge chirurgicale. Notre méthodologie d'enseignement est développée dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

*Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.*

Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique.

Selon les normes internationales les plus élevées, la note globale de notre système d'apprentissage est de 8,01.



Ce programme offre le meilleur matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



#### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH online. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



#### Techniques et procédures en vidéo

TECH rapproche les étudiants des techniques les plus récentes, des dernières avancées pédagogiques et de l'avant-garde des techniques et procédures actuelles en matière de conseil nutritionnel. Tout cela, à la première personne, expliqué et détaillé rigoureusement pour atteindre une compréhension complète et une assimilation optimale. Et surtout, vous pouvez les regarder autant de fois que vous le souhaitez.



#### Résumés interactifs

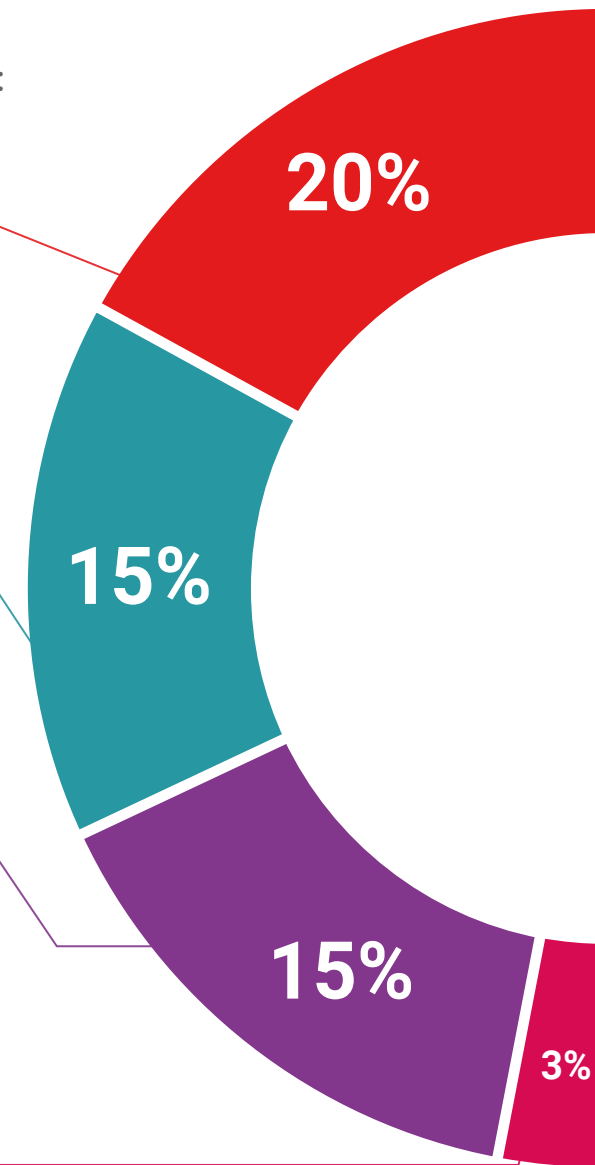
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

Ce système unique de formation à la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".

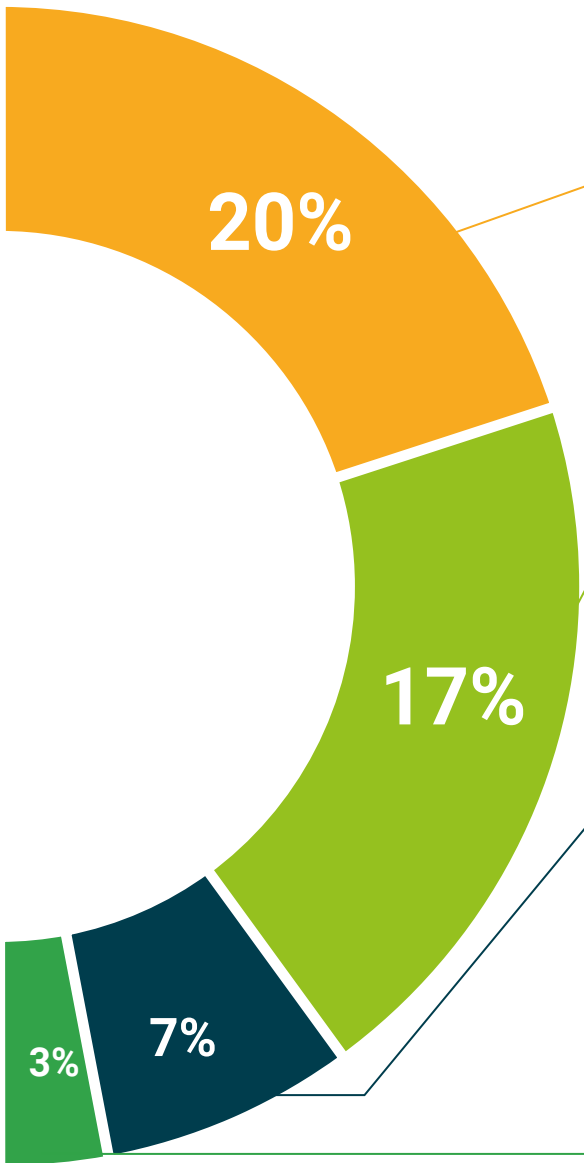


#### Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.







#### Études de cas dirigées par des experts

Un apprentissage efficace doit nécessairement être contextuel. Pour cette raison, TECH présente le développement de cas réels dans lesquels l'expert guidera l'étudiant à travers le développement de la prise en charge et la résolution de différentes situations: une manière claire et directe d'atteindre le plus haut degré de compréhension.



#### Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



#### Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



#### Guides d'action rapide

À TECH nous vous proposons les contenus les plus pertinents du cours sous forme de feuilles de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



# 05 Diplôme

Le Certificat Avancé en Marketing et Gestion d'Entreprise dans l'Industrie Alimentaire vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.





*Terminez ce programme avec succès  
et recevez votre Certificat sans avoir  
à vous soucier des déplacements ou  
des formalités administratives"*

Ce **Certificat Avancé en Marketing et Gestion d'Entreprise dans l'Industrie Alimentaire** le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal\* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Marketing et Gestion d'Entreprise dans l'Industrie Alimentaire**

N° d'heures officielles: **450 h.**



future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

**tech** université  
technologique

## Certificat Avancé

Marketing et Gestion  
d'Entreprise dans  
l'Industrie Alimentaire

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Certificat Avancé

Marketing et Gestion  
d'Entreprise dans  
l'Industrie Alimentaire