

شهادة الخبرة الجامعية
التسويق وإدارة الأعمال
في صناعة الأغذية



الجامعة
التكنولوجية
tech

**شهادة الخبرة الجامعية
التسويق وإدارة الأعمال
في صناعة الأغذية**

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقا لوتيرت ك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/nutrition/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-business-management-food-industry

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المؤهل العلمي

صفحة 26

04

المنهجية

صفحة 18

03

الهيكل والمحتوى

صفحة 12

المقدمة

لقد اكتسبت صناعة الأغذية وزنًا كبيرًا في العقود الأخيرة بفضل استراتيجيات التسويق التي استطاعت أن تخلق من خلال العواطف الحاجة إلى استهلاك منتجات ذات قيمة غذائية أكبر أو أقل. تستمر تقنيات الاتصالات والمعلومات الجديدة ومفاهيم التغليف والمبيعات المبتكرة في إحداث ثورة في هذا القطاع. في مواجهة سيناريو التحول هذا، يحتاج أخصائي التغذية إلى أن يكون على دراية بأحدث التطورات في هذا المجال من أجل الإدارة السليمة لشركات الأغذية. ولهذا السبب قامت هذه المؤسسة الأكاديمية بتصميم برنامج 100% أونلاين، والذي يسمح للمتخصص بالتعرف على التطورات الجديدة في سلوك المستهلك، وتطوير عمليات جديدة، بالإضافة إلى أحدث الاتجاهات في اختبار المنتجات. كل هذا مصحوب بمحتوى متعدد الوسائط أنتجته خبراء في القطاع.



تزودك شهادة الخبرة الجامعية هذه بأحدث
المعلومات عن التسويق المطبق على صناعة
الأغذية. اطلع عليه في أي وقت وأينما شئت"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في التسويق وإدارة الأعمال في صناعة الأغذية على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير حالات عملية مقدمة من قبل خبراء في تكنولوجيا الأغذية
- ♦ توفر المحتويات الحرفية والتخطيطية والعملية البارزة في الكتاب معلومات عملية وعملية عن تلك التخصصات الضرورية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها الخاص على المنهجيات المبتكرة
- ♦ محاضرات نظرية، وأسئلة للخبير، ومنتديات نقاشية حول القضايا المثيرة للحدل وأعمال التفكير الفردي
- ♦ إمكانية الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

تعد مقاطع الفيديو الغذائية المنشورة على موقع YouTube، والترويج للمنتجات من خلال المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تقنيات البيع التقليدية من بين اتجاهات التسويق في صناعة الأغذية حالياً. ومع ذلك، يظل الابتكار وتحسين النكهات والقوام وجودة الطعام نفسه عاملاً رئيسياً في نجاح القطاع.

مجال في تحول مستمر، والذي يسعى بدوره إلى إطلاق منتجات جديدة بخصائص تصب في صالح صحة الناس. وبالنظر إلى هذا السيناريو، لا شك أن أخصائيي التغذية يجب أن يكونوا على دراية بجميع التطورات الأخيرة من أجل وضع الخطة الغذائية الأنسب لمرضاهم أو لتقديم المشورة للشركات في هذا القطاع. ولهذا السبب، صممت جامعة TECH هذا البرنامج الجامعي في التسويق وإدارة الأعمال في صناعة الأغذية، والذي سيأخذك لمدة 6 أشهر للتعلم في أحدث التطورات في أساليب أبحاث السوق، وتقنيات التحكم في العمليات والمنتجات وتحسينها وتأثير الإعلانات على قرار الشراء.

سيكون كل هذا ممكناً بفضل الأدوات التربوية التي يتكون منها هذا البرنامج، والتي ستتيح لك دراسة سلوك المستهلك فيما يتعلق بالأغذية، أو استخدام المزيج التسويقي أو أفضل الاستراتيجيات للتسعير بطريقة أكثر ديناميكية ومرئية. ستقربك دراسات الحالة التي يقدمها المتخصصون الذين يدرسون هذا المؤهل العلمي من المواقف التي ستكون ذات فائدة كبيرة وتطبيق مباشر في ممارستك اليومية.

وبالتالي فإن هذه المؤسسة الأكاديمية توفر فرصة ممتازة لتحديث معلوماتك بشكل ملائم في أي وقت وفي أي مكان تريده. وبالتالي، يحتاج الطلاب فقط إلى جهاز إلكتروني متصل بالإنترنت ليتمكنوا من عرض المحتوى المستضاف على المنصة الافتراضية. وعلاوة على ذلك، يتمتع أخصائيي التغذية بحرية توزيع العبء الدراسي وفقاً لاحتياجاته، مما يسهل على المحترف الجمع بين المؤهل العلمي الجامعي ذو جودة مع المسؤوليات الأكثر تطلباً.

برنامج من يقدم لك أحدث التطورات
في مجال العلامات التجارية للأغذية“



هذا خيار أكاديمي يتيح لك الخوض في أحدث الاستراتيجيات الفعالة في توزيع الأغذية بكل أرباحية.

جامعة TECH تفكر فيك. ولهذا السبب صممت شهادة الخبرة الجامعية التي تتوافق مع عملك كأخصائي تغذية ومسؤولياتك الشخصية.

يوفر لك هذا المؤهل العلمي دراسات حالة، والتي ستمنحك معرفة مباشرة بمواقف حقيقية وناجحة في مجال التسويق وإدارة الأعمال في صناعة الأغذية"

يضم أعضاء هيئة التدريس في البرنامج متخصصين من القطاع الذين يجلبون خبراتهم في هذا التدريب، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من المجتمعات الرائدة والجامعات المرموقة.

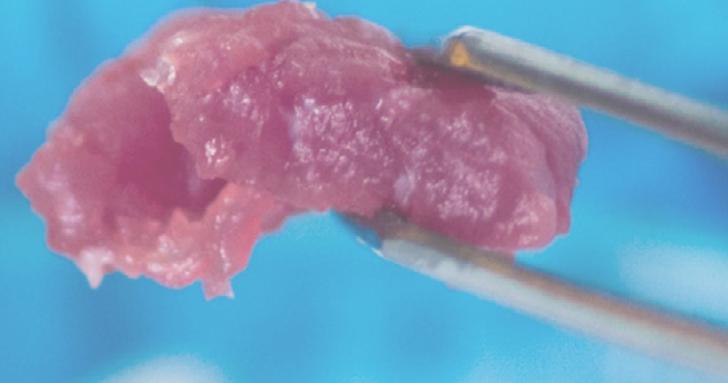
سيتيح محتوى الوسائط المتعددة، الذي تم تطويره باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم في الموقع والسياق، أي بيئة محاكاة توفر تدريبًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلّم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على مدار المساق الأكاديمي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



الأهداف

بمجرد الانتهاء من 450 ساعة تعليمية من شهادة الخبرة الجامعية هذه، سيكون أخصائي التغذية قد حصل على المعرفة المحدثة التي كان يبحث عنها في مجال التسويق وإدارة الأعمال في صناعة الأغذية. سيكون هذا ممكناً بفضل ملخصات الفيديو لكل موضوع، ومقاطع الفيديو التفصيلية، والمخططات أو القراءات المتخصصة التي تشكل المنهج، والتي سيكون بإمكانك الوصول إليها على مدار 24 ساعة يومياً من جهاز الكمبيوتر أو الجهاز اللوحي.



من جهاز الكمبيوتر الخاص بك المتصل بالإنترنت وفي أي وقت تريد، يمكنك الوصول إلى أحدث محتوى عن إدارة الأعمال الناجحة في مجال صناعة الأغذية“

الأهداف العامة



- ♦ السيطرة على الحوانب الرياضية والإحصائية والاقتصادية التي تشترك فيها شركات الأغذية
- ♦ تحليل الاتجاهات في إنتاج الغذاء واستهلاكه
- ♦ تقييم وإدراك الأهمية الصحية والوقائية لبرامج التنظيف، التطهير، القضاء على الحشرات والتخلص من الحرائيم في السلسلة الغذائية
- ♦ تقديم الاستشارات العلمية والفنية حول المنتجات الغذائية وتطويرها

من خلال هذا البرنامج المتاح 100% أونلاين
ستتمكن من مواكبة أحدث أساليب العمل
الجديدة، وذلك بفضل الدراسة التفصيلية
لأذواق المستهلكين"





الأهداف المحددة

الوحدة 1. الاقتصاد والأعمال الغذائية

- ♦ فهم مفهوم الشركة والإطار المؤسسي والقانوني، وكذلك التوازن الاقتصادي للشركة
- ♦ اكتساب المعرفة لتقييم المخاطر الصحية - الصحية والسامة للعملية والغذاء والمكونات والحاوية، وكذلك تحديد الأسباب المحتملة لتدهور الغذاء وإنشاء آليات التتبع
- ♦ التعرف على مصادر التمويل والبيانات المالية والمحالات الوظيفية المختلفة للشركة
- ♦ حساب وتفسير القيم التي تم الحصول عليها من الناتج المحلي الإجمالي والدخل الزراعي للتطبيقات ذات الأغراض الاقتصادية وإدارة الأعمال

الوحدة 2. الصناعات الغذائية

- ♦ التحكم في العمليات والمنتجات وتحسينها في صناعة الأغذية
- ♦ تصنيع وحفظ الغذاء
- ♦ تطوير عمليات ومنتجات جديدة
- ♦ التعرف على العمليات الصناعية لتحويل الأغذية وحفظها، وكذلك تقنيات التعبئة والتعليق والتخزين
- ♦ تحليل أنظمة التحكم وتحسين العمليات والمنتجات المطبقة على الأنواع الرئيسية للصناعات الغذائية
- ♦ تطبيق المعرفة بعمليات التحول والحفظ لتطوير عمليات ومنتجات جديدة

الوحدة 3. التسويق وسلوك المستهلك

- ♦ معرفة وفهم مفاهيم وأدوات ومنطق التسويق كنشاط تحاري متأمل في إنتاج الغذاء
- ♦ تعلم كيفية اتخاذ القرارات المتعلقة بتسويق المنتجات مثل البحث عن فرص التسويق وتصميم الاستراتيجيات والإجراءات اللازمة لتسويق الأغذية بنجاح
- ♦ معرفة إجراءات تحليل السوق وسلوك المستهلك لتقديم المشورة للشركات في تطوير أغذية جديدة
- ♦ تصميم وتطبيق اختبارات المنتجات المختلفة المطبقة على الغذاء للتنبؤ بسلوك السكان المستهدفين



الهيكل والمحتوى

الخطة الدراسية لهذا المؤهل العلمي الجامعي تم تطويرها من قبل فريق من الخبراء في مجال صناعة الأغذية. إن معرفته الواسعة في هذا المجال ستمكن أخصائي التغذية من مواكبة أحدث التطورات في إدارة الشركات في هذا القطاع، بالإضافة إلى تقنيات التسويق الرئيسية المستخدمة حالياً. وبالمثل، من أجل التقدم من خلال الوحدات الثلاث التي تتكون منها شهادة الخبرة الجامعية هذه بطريقة أكثر مرونة، يمكن للطلاب الوصول إلى نظام إعادة التعلم Relearning، الذي يستخدمه مركز التعليم والتدريب التقني والمهني، والذي سيسمح لهم أيضاً بتقليل ساعات الدراسة الطويلة.



تضع جامعة TECH تحت تصرفك موارد الوسائط المتعددة المطورة
بأحدث الأدوات التكنولوجية المطبقة على المؤهلات الأكاديمية“



الوحدة 1. الاقتصاد والشركة الغذائية

- 1.1. أساسيات علم الاقتصاد
 - 1.1.1. الاقتصاد والحاجة للاختيار
 - 2.1.1. حدود إمكانيات الإنتاج وتطبيقاتها في الإنتاج
 - 3.1.1. عمل اقتصاد السوق
 - 4.1.1. حدود نظام اقتصاد السوق والاقتصادات المختلفة
- 2.1. منحنيات العرض والطلب
 - 1.2.1. الوكلاء المشاركون في السوق. الطلب والعرض
 - 2.2.1. توازن السوق
 - 3.2.1. التحولات في منحنيات العرض والطلب
 - 3.1. تطبيقات تحليل العرض والطلب
 - 1.3.1. انخفاض أسعار المنتجات الزراعية
 - 2.3.1. الأسعار القصوى والدنيا
 - 3.3.1. تحديد الأسعار المدعومة أو الداعمة
 - 4.3.1. النظم الرئيسية المستخدمة لمساعدة المزارعين
- 4.1. الطلب على البضائع
 - 1.4.1. طلب المستهلك والمنفعة
 - 2.4.1. طلب السوق
 - 3.4.1. الطلب ومفهوم المرونة
 - 4.4.1. مرونة الطلب وإجمالي الإيرادات
 - 5.4.1. مرونة أخرى
- 5.1. الإنتاج في الشركة وتكاليف الإنتاج
 - 1.5.1. الإنتاج على المدى القصير
 - 2.5.1. الإنتاج على المدى الطويل
 - 3.5.1. تكاليف الشركة على المدى القصير
 - 4.5.1. التكاليف على المدى الطويل والعوائد القياسية
 - 5.5.1. قرارات الشركة الإنتاجية وتعظيم الأرباح
- 6.1. تصنيف السوق
 - 1.6.1. أشكال المنافسة
 - 2.6.1. أسواق تنافسية تمامًا
 - 3.6.1. الشركة التنافسية وقرار الإنتاج
 - 4.6.1. الخصائص الأساسية للمنافسة غير الكاملة
 - 5.6.1. الاحتكار، احتكار القلة، المنافسة الاحتكارية

- 7.1. المجاميع الاقتصادية الكبرى
 - 1.7.1. الناتج المحلي الإجمالي ومؤشر الأسعار العام
 - 2.7.1. الدخل والاستثمار العام
 - 3.7.1. المجاميع الزراعية الكبرى
- 8.1. الهيكل التنظيمي للشركة. أنواع الشركات
 - 1.8.1. رجل أعمال فردي
 - 2.8.1. شركة بدون شخصية اعتبارية
 - 3.8.1. شركة ذات شخصية اعتبارية
 - 4.8.1. المسؤولية الاجتماعية للشركة
 - 5.8.1. البيئة القانونية والبيئة الضريبية
- 9.1. المجالات الوظيفية للشركة
 - 1.9.1. التمويل في الشركة: الصناديق الخارجية والصناديق الخاصة
 - 2.9.1. الإنتاج في الشركة
 - 3.9.1. منطقة التوريد وطرق إدارة المخزون
 - 4.9.1. الموارد البشرية
- 10.1. تحليل البيانات المالية للشركة
 - 1.10.1. تحليل الأسهم
 - 2.10.1. تحليل مالي
 - 3.10.1. التحليل الاقتصادي

الوحدة 2. صناعة الأغذية

- 1.2. الحبوب والمنتجات المشتقة 1
 - 1.1.2. الحبوب: الإنتاج والاستهلاك
 - 1.1.1.2. تصنيف الحبوب
 - 2.1.1.2. الوضع الحالي للبحث والوضع الصناعي
 - 2.1.2. المفاهيم الأساسية للحبوب
 - 1.2.1.2. المفاهيم الأساسية لطرق ومعدات توصيف الدقيق وعجائن الخبز من الحبوب
 - 2.2.1.2. الخصائص الريولوجية أثناء العجن والتخمير والخبز
 - 3.1.2. المنتجات المشتقة من الحبوب: المكونات والمواد المضافة والمواد المساعدة للتصنيف والتأثيرات
- 2.2. الحبوب والمنتجات المشتقة 2
 - 1.2.2. عملية الخبز: المراحل والتغيرات الناتجة والمعدات المستخدمة
 - 2.2.2. التوصيف الآلي والحسي والغذائي لمنتجات الحبوب
 - 3.2.2. تطبيق التبريد في المخبوزات، والخبز المجمد المطبوخ مسبقًا، والعمليات وجودة المنتج.
 - 4.2.2. منتجات خالية من الغلوتين مشتقة من الحبوب. التركيبة والعملية وخصائص الجودة.
 - 5.2.2. المعكرونة الغذائية. المكونات والعملية. أنواع المعكرونة
 - 6.2.2. ابتكار منتجات المخابز. الاتجاهات في تصميم المنتجات

- 3.2. الحليب ومنتجات الألبان. البيض ومنتجاته 1
- 1.3.2. الجودة الصحية للحليب
- 1.1.3.2. أصل ومستويات التلوث. الجراثيم الأولية والملوثات
- 2.1.3.2. وجود الملوثات الكيميائية: المخلفات والملوثات
- 3.1.3.2. تأثير النظافة في سلسلة إنتاج وتسويق الحليب
- 2.3.2. إنتاج الألبان. تخليق الحليب
- 1.2.3.2. العوامل التي تؤثر على تكوين الحليب: خارجية وداخلية
- 2.2.3.2. الحلب: ممارسات عملية جيدة
- 3.3.2. المعالجات السابقة للحليب في المزرعة: الترشيح والتبريد وطرق الحفظ البديلة
- 4.3.2. المعالجات في صناعة الألبان: التنقية والتضخم البكتيري، القشط، التوحيد، التجانس، نزع الهواء. البسترة. تعريف. إجراءات العلاج ودرجات الحرارة والعوامل المحددة
- 1.4.3.2. أنواع البسترة. المعبنة. التحكم بالجودة. التعقيم. التعريف
- 2.4.3.2. الطرق: التقليدية، UHT، والأنظمة الأخرى. المعبنة. ضبط الجودة عيوب التصنيع
- 3.4.3.2. أنواع الحليب المبستر والمعقم. اختيار الحليب. كوكتيلات وحليب منك. عملية الخلط. حليب مدعم. عملية التخصيب
- 4.4.3.2. حليب مبخر. حليب مكثف
- 5.3.2. أنظمة الحفظ والتعبئة والتغليف
- 6.3.2. مراقبة جودة الحليب المجهف
- 7.3.2. أنظمة تعبئة الحليب ومراقبة الجودة
- 4.2. الحليب ومنتجات الألبان. البيض ومنتجات البيض 1
- 1.4.2. منتجات الألبان. الكريما والزبدة
- 2.4.2. عملية الصنع. طرق التصنيع المستمر. التعبئة والتغليف والحفظ. عيوب التصنيع والتعديلات
- 3.4.2. الحليب المخمر: لبن. معالجات تحضير الحليب. عمليات وأنظمة الإنتاج
- 1.3.4.2. أنواع اللبن. مشاكل في الصنع. مراقبة الجودة
- 2.3.4.2. منتجات BIO وغيرها من أنواع الألبان الحمضية
- 4.4.2. تكنولوجيا صناعة الجبن: المعالجة التحضيرية للحليب
- 1.4.4.2. الحصول على الخثارة: التآزر المضغوط. مالح
- 2.4.4.2. النشاط المائي في الجبن. مراقبة المياه المالحة والحفاظ عليها
- 3.4.4.2. إنضاج الجبن: العوامل المعنية العوامل التي تحدد النضج آثار تلوث الكائنات الحية
- 4.4.4.2. مشاكل سموم الجبن
- 5.4.2. المضادات والعلاجات المضادة للفطريات
- 6.4.2. الأيس كريم. الخصائص أنواع الأيس كريم. عمليات الانتاج
- 7.4.2. البيض ومنتجاته
- 1.7.4.2. البيض الطازج: معالجة البيض الطازج كمادة خام لإنتاج المشتقات
- 2.7.4.2. منتجات البيض: سائلة ومجمدة ومجففة
- 5.2. منتجات الخضروات 1
- 1.5.2. علم وظائف الأعضاء وتكنولوجيا ما بعد القطاف. مقدمة
- 2.5.2. إنتاج الفاكهة والخضروات، والحاجة إلى حفظ ما بعد القطاف
- 3.5.2. التنفس: التمثيل الغذائي في الجهاز التنفسي وتأثيره على حفظ الخضروات بعد الحصاد وتدهورها
- 4.5.2. الإيثيلين: التوليف والتمثيل الغذائي. إشراك الإيثيلين في تنظيم نضج الثمار
- 5.5.2. نضج الثمار: عملية النضج والعموميات ومراقبتها
- 1.5.5.2. النضج المناخي وغير الذروي
- 2.5.5.2. التغيرات التركيبية: التغيرات الفسيولوجية والكيميائية الحيوية أثناء نضج الفاكهة والخضروات وحفظها
- 6.2. منتجات الخضروات 2
- 1.6.2. مبدأ حفظ الفواكه والخضروات عن طريق التحكم في الغازات المحيطة وطريقة عملها وتطبيقاتها في حفظ الفواكه والخضروات.
- 2.6.2. الحفظ المبرد. التحكم في درجة الحرارة في حفظ الفواكه والخضروات
- 1.2.6.2. الأساليب والتطبيقات التكنولوجية
- 2.2.6.2. أضرار البرد والسيطرة عليها
- 3.6.2. النتج: التحكم في فقدان الماء في حفظ الفاكهة والخضروات
- 1.3.6.2. المبادئ الفيزيائية. أنظمة التحكم
- 4.6.2. أمراض ما بعد القطاف: التدهور الرئيسي والتعفن أثناء حفظ الفواكه والخضروات. أنظمة وطرق التحكم
- 5.6.2. منتجات المجموعة الرابعة
- 1.5.6.2. فسيولوجيا المنتجات النباتية: تقنيات المناولة والحفظ
- 7.2. منتجات الخضروات 3
- 1.7.2. تحضير الخضار المعلبة: وصف عام لخط نباتي معلب مميز
- 1.1.7.2. أمثلة على الأنواع الرئيسية للخضروات والبقوليات المعلبة
- 2.1.7.2. منتجات جديدة من أصل نباتي: الحساء البارد
- 3.1.7.2. منتجات جديدة من أصل نباتي: الحساء البارد
- 2.7.2. إعداد العصائر والنكتارات: استخراج العصير وعلاج العصير
- 1.2.7.2. أنظمة المعالجة والتخزين والتغليف المعقمة
- 2.2.7.2. أمثلة لخطوط الإنتاج الخاصة بأنواع العصائر الرئيسية
- 3.2.7.2. الحصول على المنتجات شبه المصنعة وحفظها: مطارق الجثث
- 3.7.2. إنتاج المرببات والهلام والجيلي: عملية الإنتاج والتعبئة والتغليف
- 1.3.7.2. أمثلة لخطوط المعالجة المميزة
- 2.3.7.2. المضافات المستخدمة في صناعة المرببات والمربى

الوحدة 3. التسويق وسلوك المستهلك

- 1.3. مفهوم ووظيفة التسويق في الشركة
 - 1.1.3. مفهوم وطبيعة التسويق
 - 2.1.3. عملية التسويق Marketing
 - 3.1.3. أسواق الشركة
 - 4.1.3. التطور في مناهج العمل للسوق
 - 5.1.3. التطور والاتجاهات الحالية في التسويق
- 2.3. سلوك المستهلك فيما يتعلق بالغذاء
 - 1.2.3. طبيعة ونطاق دراسة سلوك المستهلك
 - 2.2.3. العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك
 - 3.2.3. عملية قرار الشراء
 - 4.2.3. عملية الشراء التنظيمي
- 3.3. أبحاث سوق الغذاء
 - 1.3.3. مفهوم وأهداف وأنواع البحوث التسويقية
 - 2.3.3. مصادر المعلومات في التسويق
 - 3.3.3. عملية البحث في الأعمال
 - 4.3.3. أدوات البحث التجاري
 - 5.3.3. الأسواق والعملاء: التجزئة
- 4.3. قرارات التسويق المتعلقة بالأغذية كمنتجات تجارية
 - 1.4.3. الغذاء كمنتجات وخصائص وتصنيف
 - 2.4.3. قرارات بشأن المنتجات الغذائية
 - 3.4.3. قرارات العلامة التجارية
- 5.3. تطوير وتسويق أغذية جديدة
 - 1.5.3. استراتيجية تطوير منتج جديد
 - 2.5.3. مراحل تطوير المنتجات الجديدة
 - 3.5.3. إدارة منتج جديد
 - 4.5.3. سياسات التسويق في دورة حياة المنتج
- 6.3. سياسات الإدارة والتسعير
 - 1.6.3. الأسعار، نهج المفهوم
 - 2.6.3. طرق التسعير
 - 3.6.3. استراتيجيات التسعير للمنتجات الجديدة
 - 4.6.3. تسعير مزيج/محفظة المنتجات
 - 5.6.3. استراتيجيات تعديل الأسعار

- 8.2. المشروبات الكحولية والزيوت
 - 1.8.2. مشروبات كحولية: النبيذ. عملية التصنيع
 - 1.1.8.2. البيرة: عملية التخمير. الأنواع
 - 2.1.8.2. المشروبات الروحية والخمور: عمليات الإنتاج وأنواعه
 - 2.8.2. الزيوت والدهون: مقدمة
 - 1.2.8.2. زيت الزيتون: نظام استخلاص زيت الزيتون
 - 2.2.8.2. زيوت البذور الزيتية. القاع
 - 3.8.2. الدهون من أصل حيواني: تكرير الدهون والزيوت
- 9.2. اللحوم ومنتجاتها
 - 1.9.2. صناعة اللحوم: الإنتاج والاستهلاك
 - 2.9.2. التصنيف والخصائص الوظيفية لبروتينات العضلات: البروتينات العضلية الليفية والسااركوبلازمية والسدوية
 - 1.2.9.2. تحويل العضلات إلى لحم: متلازمة إجهاد الخنازير
 - 3.9.2. نضج اللحم. العوامل التي تؤثر على جودة اللحوم للاستهلاك المباشر والتصنيع
 - 4.9.2. كيمياء المعالجة: المكونات والمواد المضافة ومعينات المعالجة
 - 1.4.9.2. عمليات المعالجة الصناعية: الطرق الجافة والرطبة
 - 2.4.9.2. بدائل التبريد
 - 5.9.2. منتجات اللحوم النيئة والنيئة المتبلية: أساسيات ومشاكل حفظها. خصائص المواد الخام
 - 1.5.9.2. أنواع المنتجات. عمليات التصنيع
 - 2.5.9.2. التعديلات والعيوب
 - 6.9.2. النفاثق ولحم الخنزير المطبوخ: المبادئ الأساسية لتحضير مستحلبات اللحوم. خصائص واختيار المواد الخام
 - 1.6.9.2. عمليات التصنيع التكنولوجية. أنظمة صناعية
 - 2.6.9.2. التعديلات والعيوب
- 10.2. الأسماك وفواكه البحر
 - 1.10.2. الأسماك وفواكه البحر. خصائص الاهتمام التكنولوجي
 - 2.10.2. معدات الصيد وصيد القواقع الصناعية الرئيسية
 - 1.2.10.2. عمليات وحدة تكنولوجيا الأسماك
 - 2.2.10.2. مخزن تبريد الأسماك
 - 3.10.2. التملح والتخليل والتجفيف والتدخين: الجوانب التكنولوجية للتصنيع
 - 1.3.10.2. خصائص المنتج النهائي. الأداء
 - 4.10.2. التسويق

سيقدم لك هذا البرنامج أحدث استراتيجيات تسويق
المزيج وابتكارات التغليف في قطاع الأغذية“



- 7.3. التواصل مع السوق
 - 1.7.3. دور الاتصالات التسويقية
 - 2.7.3. أدوات الاتصال
 - 3.7.3. تطوير الاتصال الفعال
 - 4.7.3. عوامل تكوين مزيج الاتصال
- 8.3. توزيع المواد الغذائية
 - 1.8.3. مقدمة
 - 2.8.3. قرارات تصميم القناة
 - 3.8.3. القرارات المتعلقة بإدارة القناة
 - 4.8.3. التكامل وأنظمة القنوات
 - 5.8.3. التغييرات في تنظيم القناة
- 9.3. عملية قرار المستهلك
 - 1.9.3. المحفزات وخصائص السوق وعلاقتها بخيارات المستهلكين
 - 1.1.9.3. قرار شراء واسع النطاق ومحدود وروتيني
 - 2.1.9.3. قرارات الشراء عالية المشاركة ومنخفضة المشاركة
 - 3.1.9.3. نوع المشتريين
 - 2.9.3. التعرف على المشكلة: المفهوم والعوامل المؤثرة
 - 3.9.3. البحث عن المعلومات: المفهوم والأنواع والأبعاد ومحددات عملية البحث
 - 4.9.3. تقييم المعلومات: معايير التقييم والاستراتيجيات أو قواعد القرار
 - 5.9.3. الجوانب العامة لاختبار العلامة التجارية
 - 1.5.9.3. اختيار المنشأة
 - 2.5.9.3. عمليات ما بعد الشراء
 - 10.3. البعد الاجتماعي في عملية شراء المستهلك
 - 1.10.3. الثقافة وتأثيرها على المستهلكين: الأبعاد والمفهوم والجوانب المميزة للثقافة
 - 2.10.3. قيمة الاستهلاك في الثقافات الغربية
 - 1.2.10.3. الطبقات الاجتماعية وسلوك المستهلك: المفهوم والخصائص وإجراءات القياس
 - 2.2.10.3. أنماط الحياة
 - 3.10.3. المجموعات: مفهوم وخصائص وأنواع المجموعات
 - 1.3.10.3. تأثير الأسرة على قرارات الشراء
 - 2.3.10.3. أنواع قرارات الشراء العائلية والعوامل التي تؤثر على عملية اتخاذ قرار الأسرة
 - 3.3.10.3. دورة الحياة الأسرية

المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: *Relearning* أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).



اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"





في جامعة TECH نستخدم منهج دراسة الحالة

أمام حالة سريرية معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ خلال البرنامج، سيواجه الطلاب العديد من الحالات السريرية المحاكاة بناءً على مرضى حقيقيين وسيتعين عليهم فيها التحقيق ووضع الفرضيات وأخيراً حل الموقف. هناك أدلة علمية وفيرة على فعالية المنهج، حيث يتعلم المتخصصون بشكل أفضل وأسرع وأكثر استدامة مع مرور الوقت.

مع جامعة TECH يمكن لأخصائيي التغذية تجربة طريقة تعلم تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم.

وفقاً للدكتور Gérvas، فإن الحالة السريرية هي العرض المشروح لمريض، أو مجموعة من المرضى، والتي تصبح «حالة»، أي مثالاً أو نموذجاً يوضح بعض العناصر السريرية المميزة، إما بسبب قوتها التعليمية، أو بسبب تفردتها أو ندرتها. لذا فمن الضروري أن تستند الحالة إلى الحياة المهنية الحالية، في محاولة لإعادة إنشاء عوامل التكيف الحقيقية في الممارسة المهنية في مجال التغذية.



هل تعلم أن هذا المنهج تم تطويره عام 1912 في جامعة هارفارد للطلاب دارسي القانون؟ وكان يتمثل منهج دراسة الحالة في تقديم مواقف حقيقية معقدة لهم لكي يقوموا باتخاذ القرارات وتبرير كيفية حلها. وفي عام 1924 تم تأسيسها كمنهج تدريس قياسي في جامعة هارفارد"

تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. أخصائيو التغذية الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.
2. يركز منهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح لأخصائيي التغذية بالاندماج بشكل أفضل في الممارسات اليومية.
3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.
4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس. نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning.



سوف يتعلم أخصائي التغذية من خلال الحالات الحقيقية وحل المواقف المعقدة في بيئات التعلم المحاكاة. تم تطوير هذه المحاكاة من أحدث البرامج التي تسهل التعلم الغامر.

في طليعة المناهج التربوية في العالم، تمكنت منهجية إعادة التعلم من تحسين مستويات الرضا العام للمهنيين، الذين أكملوا دراساتهم، فيما يتعلق بمؤشرات الجودة لأفضل جامعة عبر الإنترنت في البلدان الناطقة بالإسبانية (جامعة كولومبيا).

من خلال هذه المنهجية، قمنا بتدريب أكثر من 45000 أخصائي تغذية بنجاح غير مسبوق، في جميع التخصصات السريرية بغض النظر عن العبء الجراحي. تم تطوير منهجيتنا التربوية في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

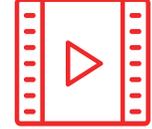
في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً فننساها ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي.

النتيجة الإجمالية التي حصل عليها نظام التعلم في TECH هي 8.01، وفقاً لأعلى المعايير الدولية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا.

ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

أحدث تقنيات وإجراءات التغذية المعروضة في الفيديوهات



تقدم TECH للطلاب أحدث التقنيات وأحدث التطورات التعليمية والتقنيات الرائدة في الوقت الراهن في مجال استشارات التغذية. كل هذا، بصيغة المتحدث، بأقصى درجات الصرامة، موضحاً ومفصلاً للمساهمة في استيعاب وفهم الطالب. وأفضل ما في الأمر أنه يمكن مشاهدتها عدة مرات كما تريد.

ملخصات تفاعلية



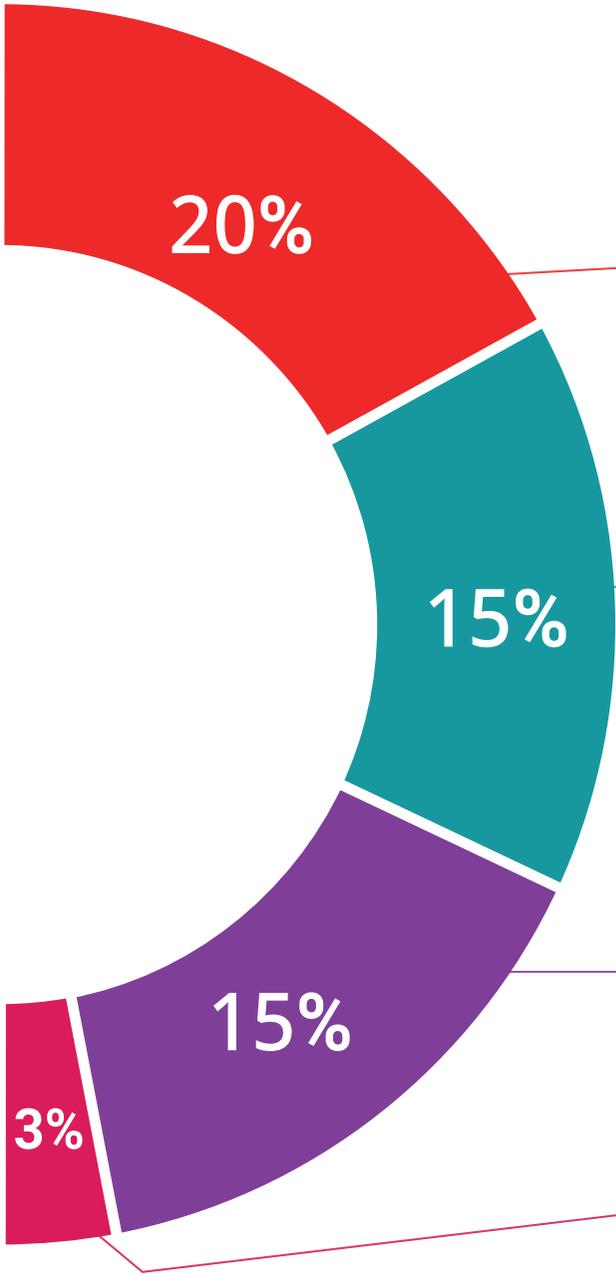
يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا نظام التأهيل الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية.. من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





تحليل الحالات التي تم إعدادها من قبل الخبراء وإرشاد منهم

يجب أن يكون التعلم الفعال بالضرورة سياقياً. لذلك، تقدم TECH تطوير حالات واقعية يقوم فيها الخبير بإرشاد الطالب من خلال تنمية الانتباه وحل المواقف المختلفة: طريقة واضحة ومباشرة لتحقيق أعلى درجة من الفهم.



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



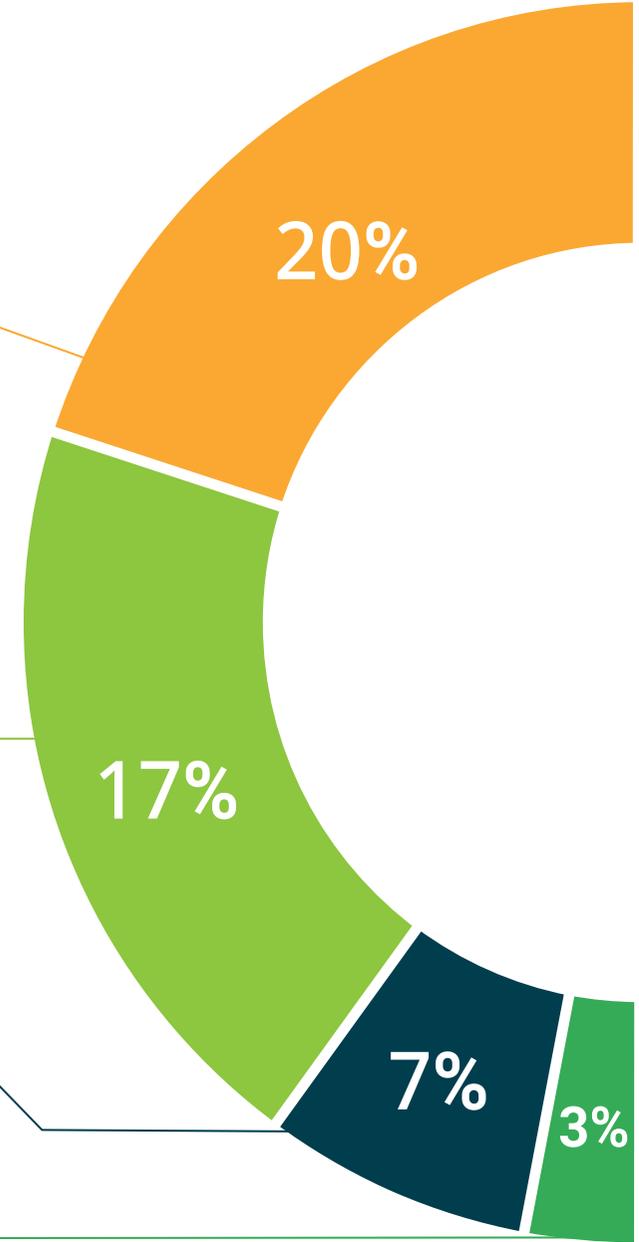
المحاضرات الرئيسية

هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى Learning from an Expert أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.



إرشادات توجيهية سريعة للعمل

تقدم جامعة TECH المحتويات الأكثر صلة بالمحاضرة الجامعية في شكل أوراق عمل أو إرشادات توجيهية سريعة للعمل. إنها طريقة موجزة وعملية وفعالة لمساعدة الطلاب على التقدم في تعلمهم.



05

المؤهل العلمي

تضمن المحاضرة الجامعية في تاريخ الفن ضمن العلوم الاجتماعية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وتحديثاً، الوصول إلى مؤهل المحاضرة الجامعية الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على مؤهل علمي دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة



يحتوي برنامج شهادة الخبرة الجامعية في التسويق وإدارة الأعمال في صناعة الأغذية البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدائثة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

إن المؤهل الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية** سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج المحاضرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في التسويق وإدارة الأعمال في صناعة الأغذية

طريقة: عبر الإنترنت

مدة: 6 أشهر



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

tech الجامعة
التكنولوجية

الحاضر

الإبتكار

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية

التسويق وإدارة الأعمال

في صناعة الأغذية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقا لوتيرت ك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية
التسويق وإدارة الأعمال
في صناعة الأغذية