

Corso Universitario

Marketing nell'Industria Alimentare





Corso Universitario

Marketing nell'Industria Alimentare

- » Modalità: online
- » Durata: 6 settimane
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 6 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/nutrizione/corso-universitario/marketing-industria-alimentare



Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Struttura e contenuti

pag. 12

04

Méthodologie di studio

pag. 16

05

Titolo

pag. 26

01

Presentazione

L'e-commerce, i social media e l'analisi dei dati sono elementi che hanno aiutato l'area Marketing delle aziende a implementare in modo ottimale le proprie strategie e raggiungere più mercati. Nel caso dell'Industria Alimentare, le alternative da applicare per migliorare il posizionamento e aumentare le vendite dei prodotti da promuovere devono essere realizzate da esperti che possiedano una conoscenza approfondita in merito alle esigenze del consumatore. A tale fine, TECH Global University ha creato questa specializzazione con l'obiettivo di fornire agli studenti una visione ampia delle attuali condizioni del mercato alimentare e del comportamento dei consumatori. Tutto ciò, in modalità 100% online, fattore che consentirà agli studenti di avere un maggiore controllo sul



66

*Desideri entrare a far parte dei migliori professionisti
del settore alimentare? Iscriviti a questo programma
e riuscirai a farlo in breve tempo"*

In un mercato altamente competitivo, le aziende hanno bisogno di professionisti qualificati nell'ambito del Marketing, poiché saranno coloro in grado di creare strategie efficaci che soddisfino le esigenze dei consumatori e che consentiranno all'azienda di crescere all'interno dell'Industria. Per tale ragione, questo Corso Universitario cerca di soddisfare questa domanda e di preparare gli studenti mediante gli strumenti necessari per affrontare le sfide di questo settore.

Durante il programma, gli studenti avranno l'opportunità di conoscere i concetti più importanti relativi al Marketing e sviluppare competenze avanzate per applicare strategie ottimali. Saranno inoltre esaminati aspetti relativi alla segmentazione del mercato e all'elaborazione di campagne pubblicitarie efficaci, con l'obiettivo di consentire allo studente di conoscere a fondo le caratteristiche di acquisto del pubblico target e di concentrare gli sforzi per soddisfare le loro esigenze.

Inoltre, gli studenti approfondiranno gli aspetti sociali che influenzano la decisione di consumo, elemento che consentirà di applicare più facilmente la giusta strategia al segmento di mercato che è stato definito. Grazie a ciò, gli studenti potenzieranno le proprie competenze e riusciranno ad adattarsi ai cambiamenti che si presentano all'interno dell'Industria Alimentare.

Questo programma verrà impartito con la metodologia innovativa *Relearning*, che consente lo studio in modalità 100% online, offrendo agli studenti la flessibilità di studiare da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento. Inoltre, gli studenti avranno accesso a risorse multimediali in ogni momento, rendendo più facile studiare al proprio ritmo. Attraverso l'analisi di casi pratici, gli studenti svilupperanno capacità risolutive affrontando situazioni simulate in un ambiente realistico.

Questo **Corso Universitario in Marketing nell'Industria Alimentare** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Marketing nell'Industria Alimentare
- Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici in base ai quali sono stati concepiti forniscono informazioni scientifiche e pratiche riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- Esercizi pratici con cui è possibile valutare sé stessi per migliorare l'apprendimento
- Particolare enfasi sulle metodologie innovative
- Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



Un Corso Universitario che ti permetterà di distinguerti a livello professionale nell'Industria Alimentare"

“

Impara le tecniche più efficienti per comprendere il comportamento del consumatore e di conseguenza per realizzare strategie che soddisfino le sue esigenze, secondo il tuo ritmo”

La metodologia Relearning sarà il tuo miglior alleato in modo da poter rafforzare con maggiore padronanza i concetti di Marketing.

Le risorse multimediali di questo programma ti permetteranno di sperimentare un apprendimento dinamico e completo.

Il personale docente comprende professionisti del settore, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

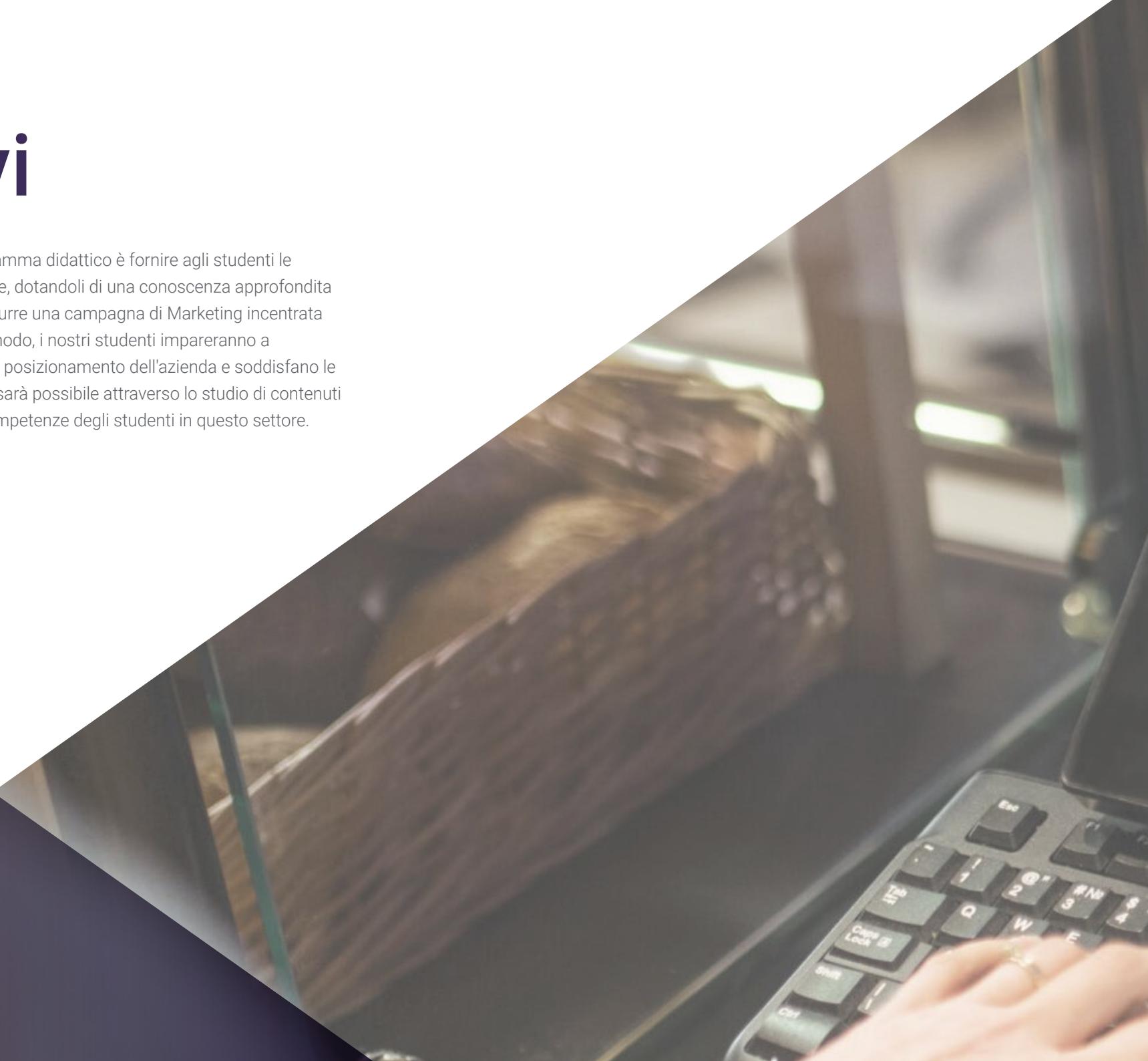
La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di riconomata fama.



02

Obiettivi

L'obiettivo principale di questo programma didattico è fornire agli studenti le ultime novità dell'Industria Alimentare, dotandoli di una conoscenza approfondita in merito agli aspetti pratici per condurre una campagna di Marketing incentrata sull'Industria Alimentare. In questo modo, i nostri studenti impareranno a pianificare strategie che migliorano il posizionamento dell'azienda e soddisfano le esigenze dei consumatori. Tutto ciò sarà possibile attraverso lo studio di contenuti multimediali che rafforzeranno le competenze degli studenti in questo settore.





66

*Esplora le migliori pratiche del Marketing
degli alimenti sani e sostenibili, al fine
di adattare la tua strategia alle attuali
tendenze del mercato"*



Obiettivi generali

- Tenere sotto controllo gli aspetti matematici, statistici ed economici che coinvolgono le aziende alimentari
- Analizzare le tendenze della produzione e del consumo alimentare
- Valutare e riconoscere l'importanza sanitaria e preventiva dei programmi di pulizia, disinfezione e derattizzazione nella catena alimentare
- Fornire consulenza scientifica e tecnica sui prodotti alimentari e sul relativo sviluppo





Obiettivi specifici

- Conoscere e comprendere i concetti, gli strumenti e le logiche del marketing come attività commerciale inerente alla produzione alimentare
- Imparare a prendere decisioni relative al marketing dei prodotti, come la ricerca di opportunità, la progettazione di strategie e le azioni necessarie per commercializzare con successo i prodotti alimentari
- Conoscere le procedure di analisi di mercato e del comportamento dei consumatori per offrire alle aziende consulenze relative allo sviluppo di nuovi prodotti alimentari
- Progettare e applicare diversi test prodotto da applicare agli alimenti per prevedere il comportamento della popolazione target

“

Specializzati grazie a questo Corso Universitario e guida la tua carriera nell'entusiasmante mondo del Marketing nel settore alimentare”

03

Struttura e contenuti

Il contenuto di questo Corso Universitario è stato creato da esperti di prima classe nell'Industria Alimentare, con l'obiettivo di fornire agli studenti una preparazione eccellente. I partecipanti avranno pertanto l'opportunità di acquisire conoscenze specialistiche nella creazione di strategie di Marketing e nella ricerca dei mercati e dei loro consumatori. Tale obiettivo sarà raggiunto attraverso lo studio di risorse multimediali e l'analisi di casi pratici, che consentiranno agli studenti di sviluppare eccezionali competenze professionali in questo campo.



66

Pianifica le migliori strategie di marketing per distinguerti nell'industria alimentare e conquistare il mercato, grazie a questa specializzazione"

Modulo 1. Marketing e comportamento del consumatore

- 1.1. Concetto e funzione del marketing in azienda
 - 1.1.1. Concetto e Natura del marketing
 - 1.1.2. Processo di Marketing
 - 1.1.3. I mercati dell'azienda
 - 1.1.4. Evoluzione degli approcci aziendali al mercato
 - 1.1.5. Evoluzione e tendenze attuali del Marketing
- 1.2. Il comportamento dei consumatori in relazione agli alimenti
 - 1.2.1. Natura e ambito dello studio del comportamento del consumatore
 - 1.2.2. Fattori che influenzano il comportamento del consumatore
 - 1.2.3. Processo decisionale d'acquisto
 - 1.2.4. Il processo organizzativo di acquisto
- 1.3. Ricerca sul mercato alimentare
 - 1.3.1. Concetto, obiettivi e tipi di ricerca di marketing
 - 1.3.2. Fonti di informazione del marketing
 - 1.3.3. Il processo di ricerca di marketing
 - 1.3.4. Strumenti di ricerca di mercato
 - 1.3.5. Mercati e clienti: segmentazione
- 1.4. Decisioni di marketing relative agli alimenti come prodotto commerciale
 - 1.4.1. Gli alimenti come prodotti, caratteristiche e classificazione
 - 1.4.2. Decisioni sui prodotti alimentari
 - 1.4.3. Decisioni sul marchio
- 1.5. Sviluppo e commercializzazione di nuovi alimenti
 - 1.5.1. Strategie di sviluppo di nuovi prodotti
 - 1.5.2. Fasi dello sviluppo di nuovi prodotti
 - 1.5.3. Gestione dei nuovi prodotti
 - 1.5.4. Politica di marketing nel ciclo di vita del prodotto
- 1.6. Amministrazione e politiche di determinazione dei prezzi
 - 1.6.1. Prezzi, approccio al concetto
 - 1.6.2. Metodi di determinazione dei prezzi
 - 1.6.3. Strategie di determinazione del prezzo per i nuovi prodotti
 - 1.6.4. Definire i prezzi di un assortimento di prodotti
 - 1.6.5. Strategie di adeguamento dei prezzi





- 1.7. Comunicazione con il mercato
 - 1.7.1. Il ruolo della comunicazione di marketing
 - 1.7.2. Strumenti di comunicazione
 - 1.7.3. Sviluppare una comunicazione efficace
 - 1.7.4. Fattori di definizione del mix di comunicazione
- 1.8. Distribuzione degli alimenti
 - 1.8.1. Introduzione
 - 1.8.2. Decisioni di progettazione del canale
 - 1.8.3. Decisioni relative alla gestione del canale
 - 1.8.4. Integrazione di canali e sistemi
 - 1.8.5. Cambiamenti nell'organizzazione del canale
- 1.9. Processo decisionale del consumatore
 - 1.9.1. Caratteristiche dello stimolo e del mercato e la relazione con la decisione del consumatore
 - 1.9.1.1. Comportamento d'acquisto: esteso, limitato e di routine
 - 1.9.1.2. Comportamento d'acquisto con alto e basso coinvolgimento
 - 1.9.1.3. Tipologia di acquirente
 - 1.9.2. Riconoscimento del problema: concetto e fattori di influenza
 - 1.9.3. La ricerca di informazioni: concetto, tipi, dimensioni e fattori determinanti del processo di ricerca
 - 1.9.4. La valutazione delle informazioni: criteri di valutazione e regole o strategie decisionali
 - 1.9.5. Aspetti generali della scelta del marchio
 - 1.9.5.1. La scelta dello stabile
 - 1.9.5.2. Processi successivi post-acquisto
- 1.10. La dimensione sociale del processo di acquisto da parte del consumatore
 - 1.10.1. La cultura e la sua influenza sui consumatori: dimensioni, concetto e caratteristiche della cultura
 - 1.10.2. Il valore del consumo nelle culture occidentali
 - 1.10.2.1. Strati sociali e comportamento dei consumatori: concetto, caratteristiche e procedure di misurazione
 - 1.10.2.3. Stili di vita
 - 1.10.3. Gruppi: concetto, caratteristiche e tipi di gruppi
 - 1.10.3.1. L'influenza della famiglia sulle decisioni di acquisto
 - 1.10.3.2. Tipi di decisioni di acquisto in famiglia e fattori che influenzano il processo decisionale familiare
 - 1.10.3.3. Ciclo di vita familiare

05

Metodologia di studio

TECH è la prima università al mondo che combina la metodologia dei **case studies** con il **Relearning**, un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione diretta.

Questa strategia dirompente è stata concepita per offrire ai professionisti l'opportunità di aggiornare le conoscenze e sviluppare competenze in modo intensivo e rigoroso. Un modello di apprendimento che pone lo studente al centro del processo accademico e gli conferisce tutto il protagonismo, adattandosi alle sue esigenze e lasciando da parte le metodologie più convenzionali.



“

TECH ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”

Lo studente: la priorità di tutti i programmi di TECH

Nella metodologia di studio di TECH lo studente è il protagonista assoluto.

Gli strumenti pedagogici di ogni programma sono stati selezionati tenendo conto delle esigenze di tempo, disponibilità e rigore accademico che, al giorno d'oggi, non solo gli studenti richiedono ma le posizioni più competitive del mercato.

Con il modello educativo asincrono di TECH, è lo studente che sceglie il tempo da dedicare allo studio, come decide di impostare le sue routine e tutto questo dalla comodità del dispositivo elettronico di sua scelta. Lo studente non deve frequentare lezioni presenziali, che spesso non può frequentare. Le attività di apprendimento saranno svolte quando si ritenga conveniente. È lo studente a decidere quando e da dove studiare.

“

*In TECH NON ci sono lezioni presenziali
(che poi non potrai mai frequentare)"*



I piani di studio più completi a livello internazionale

TECH si caratterizza per offrire i percorsi accademici più completi del panorama universitario. Questa completezza è raggiunta attraverso la creazione di piani di studio che non solo coprono le conoscenze essenziali, ma anche le più recenti innovazioni in ogni area.

Essendo in costante aggiornamento, questi programmi consentono agli studenti di stare al passo con i cambiamenti del mercato e acquisire le competenze più apprezzate dai datori di lavoro. In questo modo, coloro che completano gli studi presso TECH ricevono una preparazione completa che fornisce loro un notevole vantaggio competitivo per avanzare nelle loro carriere.

Inoltre, potranno farlo da qualsiasi dispositivo, pc, tablet o smartphone.

“

Il modello di TECH è asincrono, quindi ti permette di studiare con il tuo pc, tablet o smartphone dove, quando e per quanto tempo vuoi”

Case studies o Metodo Casistico

Il Metodo Casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 per consentire agli studenti di Giurisprudenza non solo di imparare le leggi sulla base di contenuti teorici, ma anche di esaminare situazioni complesse reali. In questo modo, potevano prendere decisioni e formulare giudizi di valore fondati su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Con questo modello di insegnamento, è lo studente stesso che costruisce la sua competenza professionale attraverso strategie come il *Learning by doing* o il *Design Thinking*, utilizzate da altre istituzioni rinomate come Yale o Stanford.

Questo metodo, orientato all'azione, sarà applicato lungo tutto il percorso accademico che lo studente intraprende insieme a TECH. In questo modo, affronterà molteplici situazioni reali e dovrà integrare le conoscenze, ricercare, argomentare e difendere le sue idee e decisioni. Tutto ciò con la premessa di rispondere al dubbio di come agirebbe nel posizionarsi di fronte a specifici eventi di complessità nel suo lavoro quotidiano.



Metodo Relearning

In TECH i case studies vengono potenziati con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il *Relearning*.

Questo metodo rompe con le tecniche di insegnamento tradizionali per posizionare lo studente al centro dell'equazione, fornendo il miglior contenuto in diversi formati. In questo modo, riesce a ripassare e ripetere i concetti chiave di ogni materia e impara ad applicarli in un ambiente reale.

In questa stessa linea, e secondo molteplici ricerche scientifiche, la ripetizione è il modo migliore per imparare. Ecco perché TECH offre da 8 a 16 ripetizioni di ogni concetto chiave in una stessa lezione, presentata in modo diverso, con l'obiettivo di garantire che la conoscenza sia completamente consolidata durante il processo di studio.

Il Relearning ti consentirà di apprendere con meno sforzo e più rendimento, coinvolgendi maggiormente nella specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando opinioni: un'equazione diretta al successo.



Un Campus Virtuale 100% online con le migliori risorse didattiche

Per applicare efficacemente la sua metodologia, TECH si concentra sul fornire agli studenti materiali didattici in diversi formati: testi, video interattivi, illustrazioni, mappe della conoscenza, ecc. Tutto ciò progettato da insegnanti qualificati che concentrano il lavoro sulla combinazione di casi reali con la risoluzione di situazioni complesse attraverso la simulazione, lo studio dei contesti applicati a ogni carriera e l'apprendimento basato sulla ripetizione, attraverso audio, presentazioni, animazioni, immagini, ecc.

Le ultime prove scientifiche nel campo delle Neuroscienze indicano l'importanza di considerare il luogo e il contesto in cui si accede ai contenuti prima di iniziare un nuovo apprendimento. Poder regolare queste variabili in modo personalizzato favorisce che le persone possano ricordare e memorizzare nell'ippocampo le conoscenze per conservarle a lungo termine. Si tratta di un modello denominato *Neurocognitive context-dependent e-learning*, che viene applicato in modo consapevole in questa qualifica universitaria.

Inoltre, anche per favorire al massimo il contatto tra mentore e studente, viene fornita una vasta gamma di possibilità di comunicazione, sia in tempo reale che differita (messaggistica interna, forum di discussione, servizio di assistenza telefonica, e-mail di contatto con segreteria tecnica, chat e videoconferenza).

Inoltre, questo completo Campus Virtuale permetterà agli studenti di TECH di organizzare i loro orari di studio in base alla loro disponibilità personale o agli impegni lavorativi. In questo modo avranno un controllo globale dei contenuti accademici e dei loro strumenti didattici, il che attiva un rapido aggiornamento professionale.

“

La modalità di studio online di questo programma ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi orari"

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. Gli studenti che seguono questo metodo non solo raggiungono l'assimilazione dei concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale, attraverso esercizi che valutano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'assimilazione di idee e concetti è resa più facile ed efficace, grazie all'uso di situazioni nate dalla realtà.
4. La sensazione di efficienza dello sforzo investito diventa uno stimolo molto importante per gli studenti, che si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.



La metodologia universitaria più apprezzata dagli studenti

I risultati di questo innovativo modello accademico sono riscontrabili nei livelli di soddisfazione globale degli studenti di TECH.

La valutazione degli studenti sulla qualità dell'insegnamento, la qualità dei materiali, la struttura del corso e i suoi obiettivi è eccellente. A questo proposito, l'istituzione è diventata la migliore università valutata dai suoi studenti secondo l'indice global score, ottenendo un 4,9 su 5

Accedi ai contenuti di studio da qualsiasi dispositivo con connessione a Internet (computer, tablet, smartphone) grazie al fatto che TECH è aggiornato sull'avanguardia tecnologica e pedagogica.

Potrai imparare dai vantaggi dell'accesso a ambienti di apprendimento simulati e dall'approccio di apprendimento per osservazione, ovvero Learning from an expert.

In questo modo, il miglior materiale didattico sarà disponibile, preparato con attenzione:



Materiale di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati dagli specialisti che impartiranno il corso, appositamente per questo, in modo che lo sviluppo didattico sia realmente specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la nostra modalità di lavoro online, impiegando le ultime tecnologie che ci permettono di offrirti una grande qualità per ogni elemento che metteremo al tuo servizio.



Capacità e competenze pratiche

I partecipanti svolgeranno attività per sviluppare competenze e abilità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve possedere nel mondo globalizzato in cui viviamo.



Riepiloghi interattivi

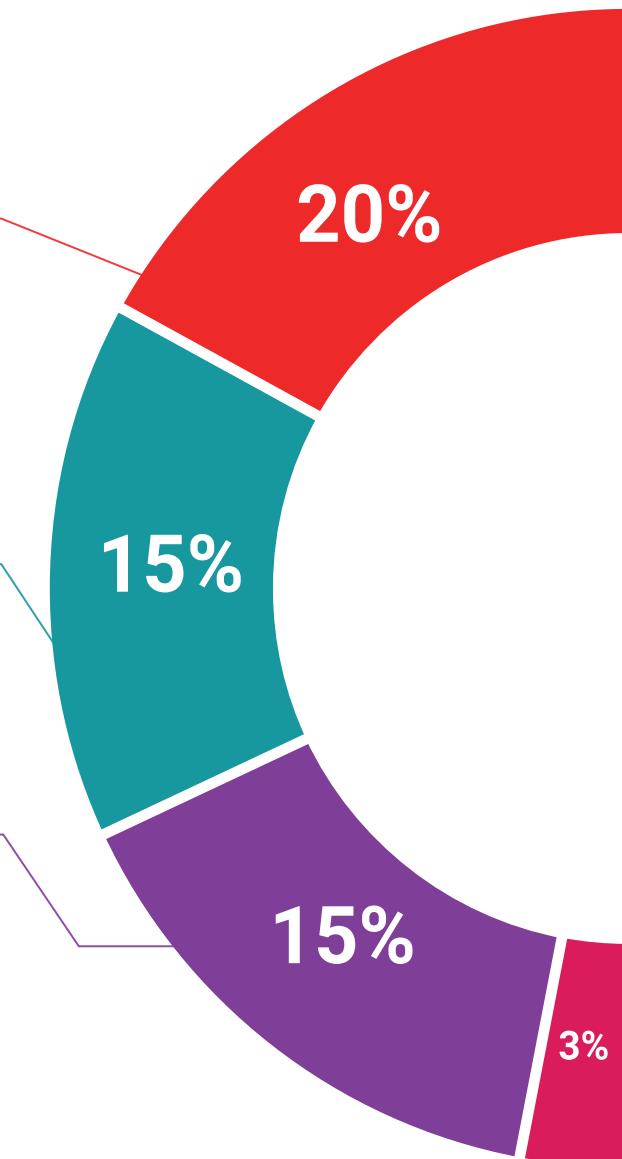
Presentiamo i contenuti in modo accattivante e dinamico tramite strumenti multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

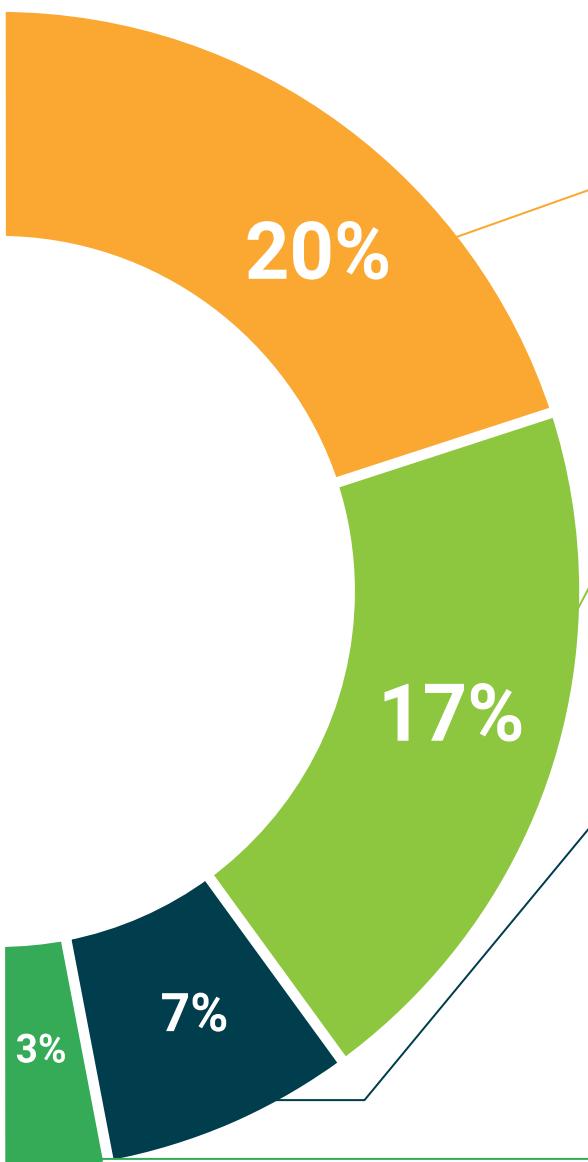
Questo esclusivo sistema di preparazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso, guide internazionali... Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Case Studies
Completerai una selezione dei migliori case studies in materia. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Testing & Retesting
Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma. Lo facciamo su 3 dei 4 livelli della Piramide di Miller.



Master class
Esistono prove scientifiche sull'utilità d'osservazione di terzi esperti. Il cosiddetto *Learning from an Expert* rafforza le conoscenze e i ricordi, e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



Guide di consultazione veloce
TECH offre i contenuti più rilevanti del corso sotto forma di schede o guide rapide per l'azione. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare a progredire nel tuo apprendimento.



05

Titolo

Il Corso Universitario in Marketing nell'Industria Alimentare garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Corso Universitario rilasciata da TECH Global University.



66

*Porta a termine questo programma e
ricevi la tua qualifica universitaria senza
spostamenti o fastidiose formalità”*

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **Corso Universitario in Marketing nell'Industria Alimentare** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University, è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra (**bollettino ufficiale**). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

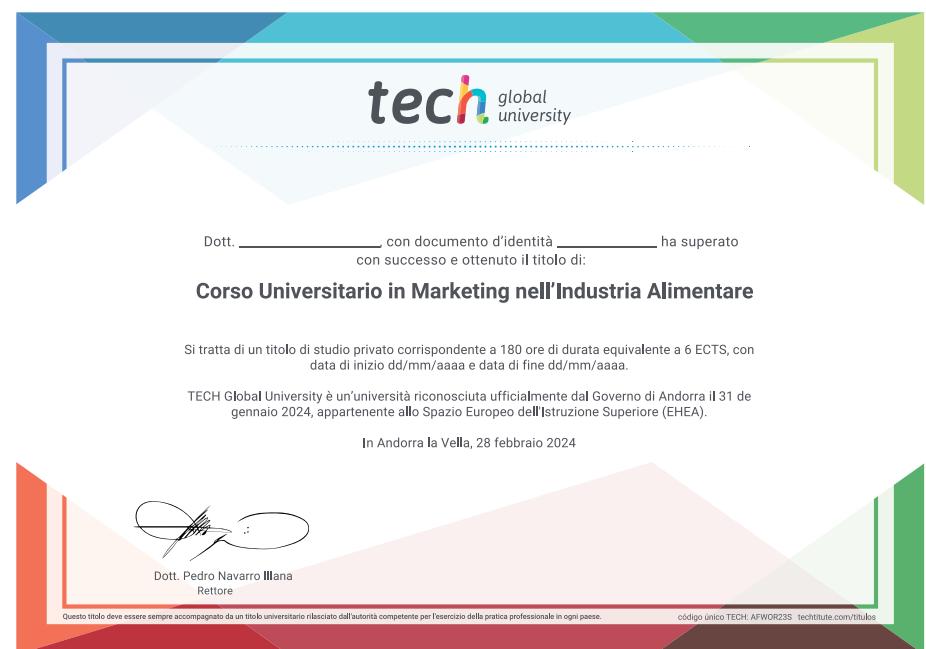
Questo titolo privato di **TECH Global University**, è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: **Corso Universitario in Marketing nell'Industria Alimentare**

Modalità: **online**

Durata: **6 settimane**

Accreditamento: **6 ECTS**



futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue



Corso Universitario
Marketing nell'Industria
Alimentare

- » Modalità: online
- » Durata: 6 settimane
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 6 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Corso Universitario

Marketing nell'Industria Alimentare

