

Universitätsexperte

Marketing und Unternehmensführung
in der Lebensmittelindustrie





Universitätsexperte

Marketing und Unternehmensführung in der Lebensmittelindustrie

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/ernahrung/spezialisierung/spezialisierung-marketing-unternehmensfuehrung-lebensmittelindustrie

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodik

Seite 18

05

Qualifizierung

Seite 26

01

Präsentation

Die Lebensmittelindustrie hat in den letzten Jahrzehnten durch Marketingstrategien an Bedeutung gewonnen, denen es gelungen ist, durch Emotionalisierung das Bedürfnis zu wecken, Produkte mit mehr oder weniger Nährwert zu konsumieren. Neue Kommunikations- und Informationstechnologien, Innovationen bei Verpackungen und Verkaufskonzepten revolutionieren die Branche weiterhin. Angesichts dieses Szenarios des Wandels muss der Ernährungswissenschaftler über die neuesten Entwicklungen in diesem Bereich Bescheid wissen, um die Lebensmittelunternehmen richtig führen zu können. Aus diesem Grund hat diese akademische Einrichtung ein 100%iges Online-Programm entwickelt, das es den Fachleuten ermöglicht, sich über die neuesten Entwicklungen im Verbraucherverhalten, die Entwicklung neuer Verfahren und die neuesten Trends im Bereich der Produkttests zu informieren. All dies mit multimedialen Inhalten, die von Experten des Sektors erstellt wurden.





“

Dieser Universitätsexperte bietet Ihnen die neuesten Informationen über das Marketing in der Lebensmittelindustrie. Rufen Sie sie ab, wann und wo immer Sie wollen"

Auf YouTube veröffentlichte Food-Videos, die Bewerbung von Produkten durch Influencer in verschiedenen sozialen Netzwerken, kombiniert mit traditionellen Verkaufstechniken, gehören zu den aktuellen Marketingtrends in der Lebensmittelindustrie. Innovation und die Verbesserung von Geschmack, Textur und Qualität der Lebensmittel selbst sind jedoch nach wie vor entscheidende Faktoren für den Erfolg der Branche.

Ein Sektor, der sich ständig weiterentwickelt und seinerseits versucht, neue Produkte mit gesundheitsfördernden Eigenschaften auf den Markt zu bringen. Angesichts dieses Szenarios steht außer Frage, dass Ernährungswissenschaftler über alle neuen Entwicklungen auf dem Laufenden sein müssen, um für ihre Patienten den am besten geeigneten Ernährungsplan zu erstellen oder Unternehmen des Sektors zu beraten. Aus diesem Grund hat TECH diesen Universitätsexperten in Marketing und Unternehmensführung in der Lebensmittelindustrie entwickelt, der es ihnen ermöglicht, sechs Monate lang die neuesten Entwicklungen im Bereich der Marktforschungsmethoden, der Kontrolltechniken, der Prozess- und Produktoptimierung oder des Einflusses der Werbung auf die Kaufentscheidung zu studieren.

All dies ist dank der pädagogischen Instrumente dieses Programms möglich, die es ermöglichen, das Verbraucherverhalten in Bezug auf Lebensmittel, den Einsatz des Marketing-Mix oder die besten Strategien für die Preisgestaltung auf viel dynamischere und anschaulichere Weise zu erforschen. Die Fallstudien, die von den Dozenten des Studiengangs zur Verfügung gestellt werden, führen die Studenten an Situationen heran, die in der täglichen Praxis von großem Nutzen und direkt anwendbar sind.

Diese akademische Einrichtung bietet somit eine ausgezeichnete Möglichkeit, das eigene Wissen jederzeit und überall auf den neuesten Stand zu bringen. Die Studenten benötigen lediglich ein elektronisches Gerät mit Internetanschluss, um auf die Inhalte der virtuellen Plattform zugreifen zu können. Darüber hinaus können Ernährungswissenschaftler ihr Studienpensum frei nach ihren Bedürfnissen einteilen, was es ihnen ermöglicht, eine hochwertige akademische Weiterbildung mit den anspruchsvollsten Aufgaben zu verbinden.

Dieser **Universitätsexperte in Marketing und Unternehmensführung in der Lebensmittelindustrie** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten der Lebensmitteltechnologie vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Ein flexibles Programm, das Sie mit den neuesten Entwicklungen im Bereich Food Branding vertraut macht"

“

Der Studiengang bietet Fallstudien, die Ihnen aus erster Hand Wissen über reale und erfolgreiche Marketing- und Managementsituationen in der Lebensmittelindustrie vermitteln“

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Dies ist eine akademische Option, die es Ihnen ermöglicht, sich auf bequeme Weise in die neuesten und effektivsten Strategien des Lebensmittelvertriebs zu vertiefen.

TECH denkt an Sie. Deshalb hat sie einen Universitätsexperten entwickelt, der mit Ihrer Arbeit als Ernährungsberater und Ihren persönlichen Verpflichtungen vereinbar ist.



02 Ziele

Nach Abschluss der 450 Unterrichtsstunden dieses Universitätsexperten hat der Ernährungswissenschaftler das von ihm gewünschte aktuelle Wissen im Bereich des Marketings und der Unternehmensführung in der Lebensmittelindustrie erworben. Dies ist möglich dank der Videozusammenfassungen zu jedem Thema, der ausführlichen Videos, der Diagramme und der Fachliteratur, die den Lehrplan ausmachen und auf die rund um die Uhr von Ihrem Computer oder Tablet aus zugegriffen werden kann.





“

Von Ihrem Computer mit Internetanschluss aus können Sie jederzeit auf die aktuellsten Inhalte zum Thema Erfolgreiche Unternehmensführung in der Lebensmittelbranche zugreifen”



Allgemeine Ziele

- Beherrschen der mathematischen, statistischen und wirtschaftlichen Aspekte von Lebensmittelunternehmen
- Analysieren von Trends in der Lebensmittelproduktion und im Lebensmittelkonsum
- Wertschätzen und Anerkennen der sanitären und präventiven Bedeutung von Reinigungs-, Desinfektions-, Desinsektions- und Rattenbekämpfungsprogrammen in der Lebensmittelkette
- Wissenschaftliches und technisches Beraten im Bereich Lebensmittel und Lebensmittelentwicklung



Mit diesem 100%igen Online-Programm können Sie sich dank der detaillierten Untersuchung des Verbrauchergeschmacks über neue Geschäftsansätze auf dem Laufenden halten"





Spezifische Ziele

Modul 1. Lebensmittelindustrie und -wirtschaft

- ♦ Verstehen des Konzepts eines Unternehmens, des institutionellen und rechtlichen Rahmens und der wirtschaftlichen Bilanz eines Unternehmens
- ♦ Erwerben von Kenntnissen zur Bewertung des hygienisch-sanitären und toxikologischen Risikos eines Prozesses, eines Lebensmittels, einer Zutat und einer Verpackung sowie zur Ermittlung möglicher Ursachen für den Verderb von Lebensmitteln und zur Einrichtung von Rückverfolgungsmechanismen
- ♦ Kennender der Finanzierungsquellen, Jahresabschlüsse und der verschiedenen Funktionsbereiche eines Unternehmens
- ♦ Berechnen und Interpretieren der für das Bruttoinlandsprodukt und das landwirtschaftliche Einkommen ermittelten Werte für wirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Anwendungen

Modul 2. Lebensmittelindustrie

- ♦ Kontrollieren und Optimieren von Prozessen und Produkten in der Lebensmittelindustrie
- ♦ Herstellen und Konservieren von Lebensmitteln
- ♦ Entwickeln von neuen Prozessen und Produkten
- ♦ Kennenlernen der industriellen Prozesse der Lebensmittelverarbeitung und -konservierung sowie der Verpackungs- und Lagerungstechnologien
- ♦ Analysieren von Systemen zur Prozess- und Produktkontrolle und -optimierung, die in den wichtigsten Bereichen der Lebensmittelindustrie eingesetzt werden
- ♦ Anwenden der Kenntnisse über Umwandlungs- und Konservierungsprozesse auf die Entwicklung neuer Prozesse und Produkte

Modul 3. Marketing und Verbraucherverhalten

- ♦ Kennen und Verstehen der Konzepte, Instrumente und der Logik des Marketings als einer der Lebensmittelproduktion innewohnenden Geschäftsaktivität
- ♦ Lernen, wie man Entscheidungen im Zusammenhang mit der Produktvermarktung trifft, z. B. das Finden von Vermarktungsmöglichkeiten, die Entwicklung von Strategien und Maßnahmen, die für eine erfolgreiche Vermarktung von Lebensmitteln erforderlich sind
- ♦ Verstehen von Marktanalyseverfahren und Verbraucherverhalten, um Unternehmen bei der Entwicklung neuartiger Lebensmittel zu beraten
- ♦ Entwickeln und Anwenden verschiedener Produkttests für Lebensmittel zur Vorhersage des Verhaltens der Zielgruppen

03

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Universitätsabschlusses wurde von einem Team von Experten aus der Lebensmittelindustrie entwickelt. Ihr umfangreiches Wissen in diesem Bereich ermöglicht es dem Ernährungsexperten, mit den neuesten Entwicklungen im Management von Unternehmen in diesem Sektor sowie mit den wichtigsten Marketingtechniken, die derzeit eingesetzt werden, Schritt zu halten. Um in den drei Modulen, aus denen dieser Universitätsexperte besteht, schneller voranzukommen, steht dem Studenten das von TECH verwendete *Relearning*-System zur Verfügung, mit dem er auch die langen Studienzeiten reduzieren kann.



“

TECH stellt Ihnen multimediale Ressourcen zur Verfügung, die mit den neuesten technologischen Hilfsmitteln für akademische Abschlüsse ausgearbeitet wurden"

Modul 1. Lebensmittelindustrie und -wirtschaft

- 1.1. Wirtschaftliche Grundlagen
 - 1.1.1. Die Wirtschaft und das Bedürfnis nach Auswahl
 - 1.1.2. Die Grenze der Produktionsmöglichkeiten und ihre Anwendung in der Produktion
 - 1.1.3. Das Funktionieren einer Marktwirtschaft
 - 1.1.4. Die Grenzen des marktwirtschaftlichen Systems und der gemischten Volkswirtschaften
- 1.2. Nachfrage- und Angebotskurven
 - 1.2.1. Die am Markt beteiligten Akteure - Angebot und Nachfrage
 - 1.2.2. Marktgleichgewicht
 - 1.2.3. Verschiebung der Angebots- und Nachfragekurven
- 1.3. Anwendungen der Analyse von Angebot und Nachfrage
 - 1.3.1. Fallende Agrarpreise
 - 1.3.2. Preisober- und -untergrenzen
 - 1.3.3. Festsetzung von subventionierten oder gestützten Preisen
 - 1.3.4. Wichtigste Systeme zur Unterstützung der Landwirte
- 1.4. Nachfrage nach Waren
 - 1.4.1. Verbrauchernachfrage und Nutzen
 - 1.4.2. Marktnachfrage
 - 1.4.3. Nachfrage und das Konzept der Elastizität
 - 1.4.4. Elastizität der Nachfrage und Gesamteinkommen
 - 1.4.5. Andere Elastizitäten
- 1.5. Produktion im Unternehmen und Produktionskosten
 - 1.5.1. Kurzfristige Produktion
 - 1.5.2. Produktion und Langfristigkeit
 - 1.5.3. Die kurzfristigen Kosten des Unternehmens
 - 1.5.4. Langfristige Kosten und Skalenerträge
 - 1.5.5. Die Produktionsentscheidungen des Unternehmens und die Gewinnmaximierung
- 1.6. Typologie der Märkte
 - 1.6.1. Die Formen des Wettbewerbs
 - 1.6.2. Märkte mit vollkommenem Wettbewerb
 - 1.6.3. Das wettbewerbsfähige Unternehmen und die Entscheidung zu produzieren
 - 1.6.4. Grundlegende Merkmale des unvollkommenen Wettbewerbs
 - 1.6.5. Monopol, Oligopol und monopolistischer Wettbewerb

- 1.7. Wirtschaftliche Makromagnituden
 - 1.7.1. Bruttoinlandsprodukt und allgemeiner Preisindex
 - 1.7.2. Einkommen und öffentliche Investitionen
 - 1.7.3. Landwirtschaftliche Makromagnituden
- 1.8. Organisatorische Struktur des Unternehmens. Arten von Unternehmen
 - 1.8.1. Einzelunternehmen
 - 1.8.2. Unternehmen ohne Rechtspersönlichkeit
 - 1.8.3. Unternehmen mit Rechtspersönlichkeit
 - 1.8.4. Soziale Verantwortung des Unternehmens
 - 1.8.5. Rechtliches und steuerliches Umfeld
- 1.9. Funktionsbereiche des Unternehmens
 - 1.9.1. Unternehmensfinanzierung: Fremd- und Eigenmittel
 - 1.9.2. Produktion im Unternehmen
 - 1.9.3. Beschaffungsbereich und Methoden der Bestandsverwaltung
 - 1.9.4. Personalwesen
- 1.10. Analyse der Jahresabschlüsse des Unternehmens
 - 1.10.1. Analyse des Eigenkapitals
 - 1.10.2. Finanzanalyse
 - 1.10.3. Wirtschaftliche Analyse

Modul 2. Lebensmittelindustrie

- 2.1. Getreide und daraus hergestellte Produkte I
 - 2.1.1. Getreide: Erzeugung und Verbrauch
 - 2.1.1.1. Klassifizierung von Getreide
 - 2.1.1.2. Aktueller Stand der Forschung und industrielle Situation
 - 2.1.2. Grundlagen des Getreides
 - 2.1.2.1. Methoden und Geräte zur Charakterisierung von Mehl und Brotteigen
 - 2.1.2.2. Rheologische Eigenschaften beim Kneten, Gären und Backen
 - 2.1.3. Getreideerzeugnisse: Zutaten, Zusatzstoffe und Hilfsstoffe. Klassifizierung und Auswirkungen
- 2.2. Getreide und Getreideerzeugnisse II
 - 2.2.1. Backprozess: Phasen, Veränderungen und verwendete Geräte
 - 2.2.2. Instrumentelle, sensorische und ernährungsphysiologische Charakterisierung von Getreideprodukten
 - 2.2.3. Anwendung von Kälte in der Bäckerei. Gefrorene vorgebackene Brote, Verarbeitung und Produktqualität

- 2.2.4. Glutenfreie Produkte, die aus Getreide gewonnen werden. Rezeptur, Verfahren und Qualitätsmerkmale
- 2.2.5. Lebensmittelpasten. Zutaten und Verfahren. Arten von Teigwaren
- 2.2.6. Innovation bei Bäckereiprodukten. Trends im Produktdesign
- 2.3. Milch und Milcherzeugnisse. Eier und Eiprodukte I
 - 2.3.1. Hygienisch-sanitäre Qualität der Milch
 - 2.3.1.1. Quelle und Ausmaß der Kontamination. Ursprüngliche und kontaminierende Mikrobiota
 - 2.3.1.2. Vorhandensein von chemischen Verunreinigungen: Rückstände und Schadstoffe
 - 2.3.1.3. Einfluss der Hygiene auf die Milcherzeugungs- und -vermarktungskette
 - 2.3.2. Milchwirtschaftliche Produktion. Milchsynthese
 - 2.3.2.1. Faktoren, die die Zusammensetzung der Milch beeinflussen: extrinsische und intrinsische Faktoren
 - 2.3.2.2. Melken: gute Verfahrenspraktiken
 - 2.3.3. Vorbehandlung der Milch im landwirtschaftlichen Betrieb: Filtration, Kühlung und alternative Konservierungsmethoden
 - 2.3.4. Behandlungen in der Milchindustrie: Klärung und Bactofugation, Entrahmung, Standardisierung, Homogenisierung, Entlüftung. Pasteurisierung. Definition. Verfahren, Behandlungstemperaturen und limitierende Faktoren
 - 2.3.4.1. Arten von Pasteurisern. Verpackung. Qualitätskontrolle Sterilisation. Definition
 - 2.3.4.2. Methoden: konventionell, UHT, andere Systeme. Verpackung. Qualitätskontrolle Herstellungsfehler
 - 2.3.4.3. Arten von pasteurisierter und sterilisierter Milch. Milchauswahl. Milchshakes und aromatisierte Milch. Mischvorgang. Angereicherte Milch. Anreicherungsprozess
 - 2.3.4.4. Eingedampfte Milch. Kondensmilch
 - 2.3.5. Konservierungs- und Verpackungssysteme
 - 2.3.6. Qualitätskontrolle von Milchpulver
 - 2.3.7. Milchverpackungen und Qualitätskontrollsysteme
- 2.4. Milch und Milchprodukte. Eier und Eiprodukte II
 - 2.4.1. Molkereiprodukte. Cremes und Buttersorten
 - 2.4.2. Produktionsprozess. Kontinuierliche Fertigungsmethoden. Verpackung und Konservierung. Herstellungsfehler und Änderungen
 - 2.4.3. Fermentierte Milch: Joghurt. Vorbereitende Behandlungen der Milch. Fertigungsverfahren und -systeme
 - 2.4.3.1. Arten von Joghurt. Probleme bei der Verarbeitung. Qualitätskontrolle
 - 2.4.3.2. Bioprodukte und andere acidophile Milchprodukte
 - 2.4.4. Käsetechnologie: Vorbereitende Milchverarbeitung
 - 2.4.4.1. Gewinnung des Käsebruchs: Synärese. Pressung. Salzen
 - 2.4.4.2. Wasseraktivität im Käse. Kontrolle und Konservierung von Salzlake
 - 2.4.4.3. Die Käsereifung: Beteiligte Faktoren. Faktoren, die die Reifung bestimmen. Auswirkungen von kontaminierenden Biota
 - 2.4.4.4. Toxikologische Probleme von Käse
 - 2.4.5. Zusatzstoffe und antimykotische Behandlungen
 - 2.4.6. Speiseeis. Merkmale. Arten von Speiseeis. Herstellungsverfahren
 - 2.4.7. Eier und Eiprodukte
 - 2.4.7.1. Frischei: Verarbeitung von Frischei als Rohmaterial für die Herstellung von Eiderivaten
 - 2.4.7.2. Eiprodukte: flüssig, gefroren und dehydriert
- 2.5. Pflanzliche Erzeugnisse I
 - 2.5.1. Physiologie und Nachernteverfahren. Einführung
 - 2.5.2. Obst- und Gemüseproduktion, die Notwendigkeit der Konservierung nach der Ernte
 - 2.5.3. Atmung: Atmungsstoffwechsel und sein Einfluss auf die Konservierung und den Verderb von Gemüse nach der Ernte
 - 2.5.4. Ethylen: Synthese und Metabolismus. Beteiligung von Ethylen an der Regulierung der Fruchtreifung
 - 2.5.5. Die Reifung von Obst: Der Reifungsprozess, allgemeine Aspekte und seine Kontrolle
 - 2.5.5.1. Klimakterische und nicht-klimakterische Reifung
 - 2.5.5.2. Veränderungen in der Zusammensetzung: physiologische und biochemische Veränderungen während der Reifung und Lagerung von Obst und Gemüse
- 2.6. Pflanzliche Erzeugnisse II
 - 2.6.1. Das Prinzip der Konservierung von Obst und Gemüse durch die Kontrolle von Umgebungsgasen. Wirkungsweise und Anwendungen bei der Konservierung von Obst und Gemüse
 - 2.6.2. Gekühlte Lagerung. Temperaturkontrolle bei der Konservierung von Obst und Gemüse
 - 2.6.2.1. Technologische Methoden und Anwendungen
 - 2.6.2.2. Kälteschäden und ihre Bekämpfung
 - 2.6.3. Transpiration: Kontrolle des Wasserverlustes bei der Konservierung von Obst und Gemüse
 - 2.6.3.1. Physikalische Grundlagen Kontrollsystem

- 2.6.4. Pathologie nach der Ernte: Die wichtigsten Schädigungen und Fäulniserscheinungen bei der Konservierung von Obst und Gemüse. Kontrollsysteme und -methoden
- 2.6.5. Frisch geschnittene Produkte
 - 2.6.5.1. Physiologie pflanzlicher Produkte: Handhabung und Konservierungstechnologien
- 2.7. Pflanzliche Erzeugnisse III
 - 2.7.1. Verarbeitung von Gemüsekonserven: Allgemeine Beschreibung einer typischen Konservenlinie für Gemüse
 - 2.7.1.1. Beispiele für die wichtigsten Arten von Gemüse- und Hülsenfruchtconserven
 - 2.7.1.2. Neue Produkte pflanzlichen Ursprungs: kalte Suppen
 - 2.7.1.3. Allgemeine Beschreibung einer typischen Verpackungslinie für Obst
 - 2.7.2. Saft- und Nektarverarbeitung: Saftgewinnung und Saftverarbeitung
 - 2.7.2.1. Aseptische Verarbeitungs-, Lagerungs- und Verpackungssysteme
 - 2.7.2.2. Beispiele für Produktionslinien für die wichtigsten Safttypen
 - 2.7.2.3. Herstellung und Konservierung von Halbfertigerzeugnissen: Cremogenierte Produkte
 - 2.7.3. Herstellung von Konfitüren, Gelees und Marmeladen: Produktions- und Verpackungsprozess
 - 2.7.3.1. Beispiele für charakteristische Verarbeitungslinien
 - 2.7.3.2. Zusatzstoffe für die Herstellung von Konfitüren und Marmeladen
- 2.8. Alkoholische Getränke und Öle
 - 2.8.1. Alkoholische Getränke: Wein. Weinherstellung
 - 2.8.1.1. Bier: Brauverfahren Typen
 - 2.8.1.2. Spirituosen und Liköre: Herstellungsverfahren und -arten
 - 2.8.2. Öle und Fette: Einführung
 - 2.8.2.1. Olivenöl: Extraktionssystem für Olivenöl
 - 2.8.2.2. Ölsaatenöle. Extraktion
 - 2.8.3. Tierische Fette: Raffinieren von Fetten und Ölen
- 2.9. Fleisch und Fleischerzeugnisse
 - 2.9.1. Fleischindustrie: Produktion und Verbrauch
 - 2.9.2. Klassifizierung und funktionelle Eigenschaften von Muskelproteinen: Myofibrilläre, sarkoplasmatische und stromale Proteine
 - 2.9.2.1. Umwandlung von Muskeln in Fleisch: Stresssyndrom bei Schweinen
 - 2.9.3. Fleischreifung. Faktoren, die die Qualität von Fleisch für den direkten Verzehr und die Industrialisierung beeinflussen
 - 2.9.4. Härtungschemie: Inhaltsstoffe, Zusatzstoffe und Härtungshilfen
 - 2.9.4.1. Industrielle Härtungsprozesse: Trocken- und Nasshärtungsprozesse
 - 2.9.4.2. Alternativen zu Nitrit
 - 2.9.5. Rohe und roh marinierte Fleischprodukte: Grundlagen und Probleme der Konservierung. Merkmale von Rohstoffen
 - 2.9.5.1. Arten von Produkten. Fertigungsverfahren
 - 2.9.5.2. Änderungen und Mängel
 - 2.9.6. Wurstwaren und Kochschinken: Grundprinzipien der Zubereitung von Fleischemulsionen. Merkmale und Auswahl der Rohstoffe
 - 2.9.6.1. Technologische Fertigungsverfahren. Industrielle Systeme
 - 2.9.6.2. Änderungen und Mängel
- 2.10. Fisch und Meeresfrüchte
 - 2.10.1. Fisch und Meeresfrüchte. Merkmale von technologischem Interesse
 - 2.10.2. Wichtigste industrielle Fischerei- und Muschelfanggeräte
 - 2.10.2.1. Arbeitseinheiten in der Fischtechnologie
 - 2.10.2.2. Conservación por frío del pescado
 - 2.10.3. Salzen, Pökeln, Trocknen und Räuchern: technologische Aspekte der Herstellung
 - 2.10.3.1. Merkmale des Endprodukts. Leistung
 - 2.10.4. Marketing

Modul 3. Marketing und Verbraucherverhalten

- 3.1. Konzept und Funktion des Marketings im Unternehmen
 - 3.1.1. Konzept und Wesen des Marketings
 - 3.1.2. Der Marketingprozess
 - 3.1.3. Unternehmensmärkte
 - 3.1.4. Sich entwickelnde Geschäftsansätze auf dem Markt
 - 3.1.5. Entwicklung und aktuelle Trends im Marketing
- 3.2. Verbraucherverhalten in Bezug auf Lebensmittel
 - 3.2.1. Art und Umfang der Untersuchung des Verbraucherverhaltens
 - 3.2.2. Faktoren, die das Verbraucherverhalten beeinflussen
 - 3.2.3. Prozess der Kaufentscheidung
 - 3.2.4. Der organisatorische Kaufprozess

- 3.3. Marktforschung im Lebensmittelbereich
 - 3.3.1. Konzept, Ziele und Arten der Marketingforschung
 - 3.3.2. Informationsquellen im Marketing
 - 3.3.3. Der kommerzielle Forschungsprozess
 - 3.3.4. Instrumente der kommerziellen Forschung
 - 3.3.5. Märkte und Kunden: Segmentierung
- 3.4. Marketingentscheidungen in Bezug auf Lebensmittel als Handelsprodukt
 - 3.4.1. Lebensmittel als Ware, Merkmale und Klassifizierung
 - 3.4.2. Entscheidungen zu Lebensmitteln
 - 3.4.3. Entscheidungen zum Branding
- 3.5. Entwicklung und Vermarktung neuartiger Lebensmittel
 - 3.5.1. Strategie zur Entwicklung neuer Produkte
 - 3.5.2. Etappen der Entwicklung neuer Produkte
 - 3.5.3. Verwaltung eines neuen Produkts
 - 3.5.4. Marketingpolitik im Produktlebenszyklus
- 3.6. Verwaltung und Preispolitik
 - 3.6.1. Preise, Annäherung an das Konzept
 - 3.6.2. Methoden der Preisgestaltung
 - 3.6.3. Preisgestaltungsstrategien für neue Produkte
 - 3.6.4. Preisgestaltung für eine Mischung/Portfolio von Produkten
 - 3.6.5. Strategien zur Preisanpassung
- 3.7. Kommunikation mit dem Markt
 - 3.7.1. Die Rolle der Marketingkommunikation
 - 3.7.2. Kommunikationstools
 - 3.7.3. Entwicklung einer effektiven Kommunikation
 - 3.7.4. Faktoren bei der Festlegung des Kommunikationsmixes
- 3.8. Verteilung von Lebensmitteln
 - 3.8.1. Einführung
 - 3.8.2. Entscheidungen zur Kanalgestaltung
 - 3.8.3. Entscheidungen zur Kanalverwaltung
 - 3.8.4. Integration und Kanalsysteme
 - 3.8.5. Änderungen in der Kanalorganisation
- 3.9. Entscheidungsprozess der Verbraucher
 - 3.9.1. Merkmale der Anreize und des Marktes und ihre Beziehung zur Wahl der Verbraucher
 - 3.9.1.1. Umfassende, begrenzte, routinemäßige Kaufentscheidung
 - 3.9.1.2. *High-Involvement*- und *Low-Involvement*-Kaufentscheidungen
 - 3.9.1.3. Die Typologie der Käufer
 - 3.9.2. Erkennen des Problems: Konzept und Einflussfaktoren
 - 3.9.3. Die Suche nach Informationen: Konzept, Arten, Dimensionen und Bestimmungsfaktoren des Suchprozesses
 - 3.9.4. Die Bewertung von Informationen: Bewertungskriterien und Entscheidungsstrategien oder -regeln
 - 3.9.5. Allgemeine Aspekte der Markenwahl
 - 3.9.5.1. Die Wahl der Einrichtung
 - 3.9.5.2. Prozesse nach dem Kauf
- 3.10. Soziale Dimension im Kaufprozess der Verbraucher
 - 3.10.1. Kultur und ihr Einfluss auf die Verbraucher: Dimensionen, Konzept und Merkmale der Kultur
 - 3.10.2. Wert des Konsums in westlichen Kulturen
 - 3.10.2.1. Soziale Schichten und Verbraucherverhalten: Konzept, Merkmale und Messverfahren
 - 3.10.2.2. Lebensstile
 - 3.10.3. Gruppen: Konzept, Merkmale und Arten von Gruppen
 - 3.10.3.1. Der Einfluss der Familie auf Kaufentscheidungen
 - 3.10.3.2. Arten von Kaufentscheidungen in der Familie und Faktoren, die den Entscheidungsprozess in der Familie beeinflussen
 - 3.10.3.3. Lebenszyklus der Familie



Dieses Programm wird Sie mit den neuesten Marketingstrategien und Verpackungsinnovationen im Lebensmittelsektor vertraut machen"

04 Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Bei TECH verwenden wir die Fallmethode

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten klinischen Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten klinischen Fällen konfrontiert, die auf realen Patienten basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode. Fachkräfte lernen mit der Zeit besser, schneller und nachhaltiger.

Mit TECH erlebt der Ernährungswissenschaftler eine Art des Lernens, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt.



Nach Dr. Gervas ist der klinische Fall die kommentierte Darstellung eines Patienten oder einer Gruppe von Patienten, die zu einem "Fall" wird, einem Beispiel oder Modell, das eine besondere klinische Komponente veranschaulicht, sei es wegen seiner Lehrkraft oder wegen seiner Einzigartigkeit oder Seltenheit. Es ist wichtig, dass der Fall auf dem aktuellen Berufsleben basiert und versucht, die realen Bedingungen in der professionellen Ernährungspraxis nachzustellen.

“

Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Ernährungswissenschaftler, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen ist fest in praktische Fertigkeiten eingebettet, so dass der Ernährungswissenschaftler sein Wissen besser in die klinische Praxis integrieren kann.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.



Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.



Der Ernährungswissenschaftler lernt durch reale Fälle und die Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.

Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methodik wurden mehr 45.000 Ernährungswissenschaftler mit beispiellosem Erfolg in allen klinischen Fachbereichen fortgebildet, unabhängig von der praktischen Belastung. Unsere Lehrmethodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft, die ein hohes sozioökonomisches Profil und ein Durchschnittsalter von 43,5 Jahren aufweist.

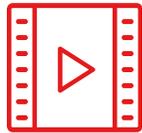
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch.

Die Gesamtnote des TECH-Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Ernährungstechniken und -verfahren auf Video

TECH bringt dem Studenten die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die aktuellsten Techniken und Verfahren der Ernährungsberatung näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Präzision, erklärt und detailliert, um zur Assimilation und zum Verständnis des Studenten beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie es sich so oft anschauen können, wie Sie möchten.



Interaktive Zusammenfassungen

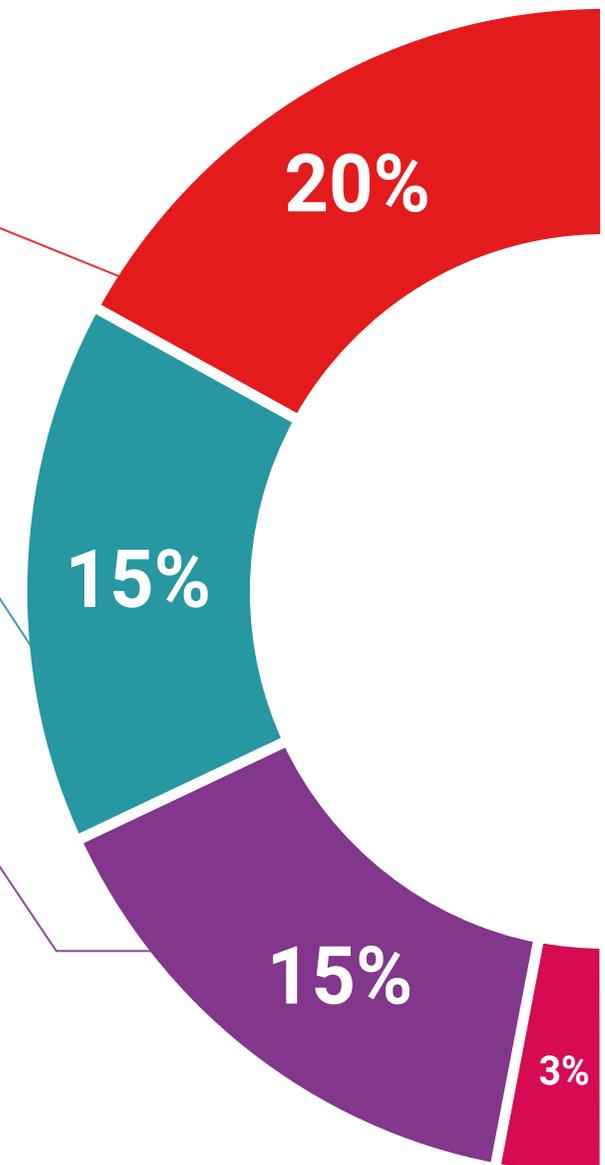
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

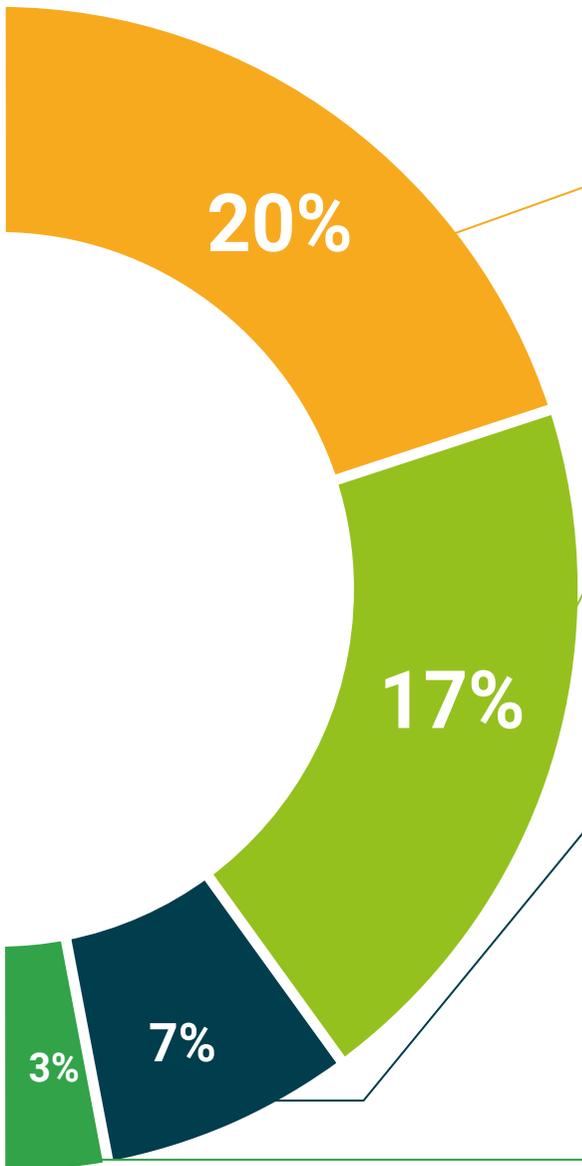
Dieses exklusive Schulungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Von Experten entwickelte und geleitete Fallstudien

Effektives Lernen muss notwendigerweise kontextabhängig sein. Aus diesem Grund stellt TECH die Entwicklung von realen Fällen vor, in denen der Experte den Studenten durch die Entwicklung der Aufmerksamkeit und die Lösung verschiedener Situationen führt: ein klarer und direkter Weg, um den höchsten Grad an Verständnis zu erreichen.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Kurzanleitungen zum Vorgehen

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



05

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Marketing und Unternehmensführung in der Lebensmittelindustrie garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Marketing und Unternehmensführung in der Lebensmittelindustrie** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Marketing und Unternehmensführung in der Lebensmittelindustrie**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoeren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen

gemeinschaft verpflichtung

persönliche betreuung innovation

wissen gegenwart qualität

online-Ausbildung

entwicklung institutionen

virtuelles Klassenzimmer nachen

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Marketing und Unternehmensführung
in der Lebensmittelindustrie

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Marketing und Unternehmensführung
in der Lebensmittelindustrie