

Universitätskurs

Marketing in der Lebensmittelindustrie





Universitätskurs

Marketing in der Lebensmittelindustrie

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/ernahrung/universitatskurs/marketing-lebensmittelindustrie

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodik

Seite 16

05

Qualifizierung

Seite 24

01

Präsentation

E-Commerce, soziale Netzwerke und Datenanalyse haben den Marketingabteilungen der Unternehmen geholfen, ihre Strategien zu optimieren und neue Märkte zu erschließen. Im Fall der Lebensmittelindustrie müssen die Alternativen, die zur Verbesserung der Positionierung und zur Steigerung des Absatzes der beworbenen Produkte eingesetzt werden, von Fachleuten durchgeführt werden, die einen sehr spezifischen Überblick über die Bedürfnisse der Verbraucher haben. Vor diesem Hintergrund hat die TECH diesen Studiengang konzipiert, der den Studenten einen umfassenden Überblick über die aktuellen Bedingungen auf dem Lebensmittelmarkt und das Verbraucherverhalten vermittelt. Und das alles zu 100% online, ein Vorteil, der es den Studenten ermöglicht, ihre Zeit effizienter zu nutzen.



“

*Möchten Sie zu den besten Fachleuten
der Lebensmittelindustrie gehören?
Starten Sie dieses Programm und Sie
werden es in kurzer Zeit schaffen”*

In einem hart umkämpften Markt brauchen Unternehmen Fachleute, die im Marketing qualifiziert sind, um wirksame Strategien zu entwickeln, die den Bedürfnissen der Verbraucher entsprechen und es dem Unternehmen ermöglichen, in seinem Sektor zu wachsen. Dieser Studiengang zielt darauf ab, diese Nachfrage zu befriedigen und die Studenten mit den notwendigen Werkzeugen auszustatten, um die Herausforderungen des Sektors zu meistern.

Während des Programms haben die Studenten die Möglichkeit, die wichtigsten Marketingkonzepte zu erlernen und fortgeschrittene Fähigkeiten zu entwickeln, um optimale Strategien anzuwenden. Darüber hinaus befassen sie sich mit Aspekten der Marktsegmentierung und der Entwicklung effektiver Werbekampagnen, um die Kaufgewohnheiten ihrer Zielgruppe zu verstehen und ihre Bemühungen auf deren Bedürfnisse auszurichten.

Die Studenten lernen auch die sozialen Aspekte kennen, die die Entscheidungen der Verbraucher beeinflussen, ein Element, das es ihnen erleichtert, die richtige Strategie für das definierte Marktsegment anzuwenden. Auf diese Weise stärken die Studenten ihre Fähigkeiten und sind in der Lage, sich an die Veränderungen in der Lebensmittelindustrie anzupassen.

Das Programm wird mit der innovativen *Relearning*-Methode unterrichtet, die ein 100%iges Online-Studium ermöglicht und den Studenten die Flexibilität gibt, an jedem beliebigen Ort und zu jeder beliebigen Zeit zu lernen. Darüber hinaus haben sie 24 Stunden am Tag Zugang zu multimedialen Ressourcen, die es ihnen ermöglichen, in ihrem eigenen Tempo zu studieren. Darüber hinaus werden die Studenten durch die Analyse von Fallstudien Problemlösungskompetenzen entwickeln, indem sie sich mit simulierten Situationen in einer realistischen Umgebung auseinandersetzen.

Dieser **Universitätskurs in Marketing in der Lebensmittelindustrie** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten in Marketing in der Lebensmittelindustrie vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- Praktische Übungen, anhand derer der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens verwendet 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 Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Ein Universitätskurs, der es Ihnen ermöglicht, sich auf professioneller Ebene in der Lebensmittelindustrie zu profilieren“

“

Lernen Sie in Ihrem eigenen Tempo die effizientesten Techniken, um das Verhalten der Verbraucher zu verstehen und so Strategien zu entwickeln, die ihren Bedürfnissen entsprechen”

Die Relearning-Methode wird Ihr bester Verbündeter sein, damit Sie Ihre Beherrschung der Marketingkonzepte festigen können.

Die multimedialen Ressourcen dieses Programms werden Ihnen eine dynamische und umfassende Lernerfahrung ermöglichen.

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Fachleuten von 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.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Fortbildungsprogramms ist es, den Studenten die neuesten Entwicklungen in der Lebensmittelindustrie zu vermitteln und sie mit fundierten Kenntnissen über die praktischen Aspekte der Durchführung einer Marketingkampagne für die Lebensmittelindustrie auszustatten. Auf diese Weise werden unsere Studenten in der Lage sein, Strategien zu entwickeln, die die Positionierung des Unternehmens verbessern und die Bedürfnisse der Verbraucher erfüllen. All dies wird durch das Studium von Multimedia-Inhalten erreicht, die die Fähigkeiten unserer Studenten in diesem Bereich stärken.





“

Erforschen Sie die besten Praktiken im Bereich des gesunden und nachhaltigen Lebensmittelmarketings, um Ihre Strategie an die aktuellen Markttrends anzupassen”



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





Spezifische Ziele

- 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



Bereiten Sie sich mit diesem Universitätskurs vor und treiben Sie Ihre Karriere in der aufregenden Welt des Marketings in der Lebensmittelindustrie voran



03

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Universitätskurses wurde von erfahrenen Experten der Lebensmittelbranche mit dem Ziel erstellt, unseren Studenten eine erstklassige Weiterbildung zu bieten. So werden sie die Möglichkeit haben, sich Fachkenntnisse in der Entwicklung von Marketingstrategien und in der Erforschung von Märkten und deren Konsumenten anzueignen. Dies wird durch das Studium von Multimedia-Ressourcen und die Analyse von Fallstudien erreicht, die es unseren Studenten ermöglichen, hervorragende berufliche Fähigkeiten in diesem Bereich zu entwickeln.





“

Entwerfen Sie die besten Marketingstrategien, um sich in der Lebensmittelbranche hervorzuheben und den Markt zu erobern, dank dieses Abschlusses”

Modul 1. Marketing und Verbraucherverhalten

- 1.1. Konzept und Funktion des Marketings im Unternehmen
 - 1.1.1. Konzept und Wesen des Marketings
 - 1.1.2. Der Marketingprozess
 - 1.1.3. Unternehmensmärkte
 - 1.1.4. Sich entwickelnde Geschäftsansätze auf dem Markt
 - 1.1.5. Entwicklung und aktuelle Trends im Marketing
- 1.2. Verbraucherverhalten in Bezug auf Lebensmittel
 - 1.2.1. Art und Umfang der Untersuchung des Verbraucherverhaltens
 - 1.2.2. Faktoren, die das Verbraucherverhalten beeinflussen
 - 1.2.3. Prozess der Kaufentscheidung
 - 1.2.4. Der organisatorische Kaufprozess
- 1.3. Marktforschung im Lebensmittelbereich
 - 1.3.1. Konzept, Ziele und Arten der Marketingforschung
 - 1.3.2. Informationsquellen im Marketing
 - 1.3.3. Der kommerzielle Forschungsprozess
 - 1.3.4. Instrumente der kommerziellen Forschung
 - 1.3.5. Märkte und Kunden: Segmentierung
- 1.4. Marketingentscheidungen in Bezug auf Lebensmittel als Handelsprodukt
 - 1.4.1. Lebensmittel als Ware, Merkmale und Klassifizierung
 - 1.4.2. Entscheidungen zu Lebensmitteln
 - 1.4.3. Entscheidungen zum Branding
- 1.5. Entwicklung und Vermarktung neuartiger Lebensmittel
 - 1.5.1. Strategie zur Entwicklung neuer Produkte
 - 1.5.2. Etappen der Entwicklung neuer Produkte
 - 1.5.3. Verwaltung eines neuen Produkts
 - 1.5.4. Marketingpolitik im Produktlebenszyklus



- 1.6. Verwaltung und Preispolitik
 - 1.6.1. Preise, Annäherung an das Konzept
 - 1.6.2. Methoden der Preisgestaltung
 - 1.6.3. Preisgestaltungsstrategien für neue Produkte
 - 1.6.4. Preisgestaltung für eine Mischung/Portfolio von Produkten
 - 1.6.5. Strategien zur Preisanpassung
- 1.7. Kommunikation mit dem Markt
 - 1.7.1. Die Rolle der Marketingkommunikation
 - 1.7.2. Kommunikationstools
 - 1.7.3. Entwicklung einer effektiven Kommunikation
 - 1.7.4. Faktoren bei der Festlegung des Kommunikationsmixes
- 1.8. Verteilung von Lebensmitteln
 - 1.8.1. Einführung
 - 1.8.2. Entscheidungen zur Kanalgestaltung
 - 1.8.3. Entscheidungen zur Kanalverwaltung
 - 1.8.4. Integration und Kanalsysteme
 - 1.8.5. Änderungen in der Kanalorganisation
- 1.9. Entscheidungsprozess der Verbraucher
 - 1.9.1. Merkmale der Anreize und des Marktes und ihre Beziehung zur Wahl der Verbraucher
 - 1.9.1.1. Umfassende, begrenzte, routinemäßige Kaufentscheidung
 - 1.9.1.2. High-Involvement- und Low-Involvement-Kaufentscheidungen
 - 1.9.1.3. Die Typologie der Käufer
 - 1.9.2. Erkennen des Problems: Konzept und Einflussfaktoren
 - 1.9.3. Die Suche nach Informationen: Konzept, Arten, Dimensionen und Bestimmungsfaktoren des Suchprozesses
 - 1.9.4. Die Bewertung von Informationen: Bewertungskriterien und Entscheidungsstrategien oder -regeln
 - 1.9.5. Allgemeine Aspekte der Markenwahl
 - 1.9.5.1. Die Wahl der Einrichtung
 - 1.9.5.2. Prozesse nach dem Kauf
- 1.10. Soziale Dimension im Kaufprozess der Verbraucher
 - 1.10.1. Kultur und ihr Einfluss auf die Verbraucher: Dimensionen, Konzept und Merkmale der Kultur
 - 1.10.2. Wert des Konsums in westlichen Kulturen
 - 1.10.2.1. Soziale Schichten und Verbraucherverhalten: Konzept, Merkmale und Messverfahren
 - 1.10.2.3. Lebensstile
 - 1.10.3. Gruppen: Konzept, Merkmale und Arten von Gruppen
 - 1.10.3.1. Der Einfluss der Familie auf Kaufentscheidungen
 - 1.10.3.2. Arten von Kaufentscheidungen in der Familie und Faktoren, die den Entscheidungsprozess in der Familie beeinflussen
 - 1.10.3.3. Lebenszyklus der Familie



Sie haben die Motivation, sich in Ihrem Berufsfeld weiterzuentwickeln, und TECH wird Ihnen die Werkzeuge dafür zur Verfügung stellen. Warten Sie nicht länger und beginnen Sie jetzt"

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. Gérvas 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 Universitätskurs in Marketing 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 **Universitätskurs in Marketing in der Lebensmittelindustrie** enthält das vollständigste und aktuellste 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 Technologischen 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: **Universitätskurs in Marketing in der Lebensmittelindustrie**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 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 tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Marketing in der
Lebensmittelindustrie

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

Universitätskurs

Marketing in der Lebensmittelindustrie

