

Curso

Marketing na Indústria de Alimentos





Curso

Marketing na Indústria de Alimentos

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/nutricao/curso/marketing-industria-alimentos

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 16

05

Certificado

pág. 24

01

Apresentação

O comércio eletrônico, as redes sociais e a análise de dados são elementos que ajudaram o departamento de marketing das empresas a implementar suas estratégias de forma otimizada e a atingir mais mercados. No caso da indústria de alimentos, as alternativas a serem aplicadas para melhorar o posicionamento e aumentar as vendas dos produtos que estão sendo promovidos devem ser realizadas por especialistas que tenham uma visão muito específica das necessidades do consumidor. Sendo assim, a TECH criou este curso com o objetivo de oferecer aos alunos uma visão geral das condições atuais do mercado de alimentos e do comportamento do consumidor. Tudo isso através de uma metodologia 100% online, um benefício que lhes permitirá ter mais controle sobre seu tempo.



“

Você quer fazer parte dos melhores profissionais da Indústria de Alimentos? Comece este programa e você conseguirá fazer isso em pouco tempo"

Em um mercado altamente competitivo, as empresas precisam de profissionais capacitados em Marketing, pois eles criarão estratégias eficazes que atendam às necessidades dos consumidores e permitam que a empresa cresça no setor. Por esse motivo, o objetivo deste Curso é atender a essa demanda e capacitar os alunos com as ferramentas necessárias para que possam enfrentar os desafios desse setor.

Durante o programa, os alunos terão a oportunidade de aprender os conceitos de marketing mais importantes e desenvolver habilidades avançadas para aplicar estratégias ideais. Além disso, serão estudados aspectos relacionados à segmentação de mercado e ao desenvolvimento de campanhas publicitárias eficazes, com o objetivo de proporcionar ao estudante um conhecimento aprofundado das características de compra de seu público-alvo e de concentrar esforços para atender às suas necessidades.

Os alunos também aprenderão sobre os aspectos sociais que influenciam as decisões de consumo, o que lhes permitirá aplicar mais facilmente a estratégia certa ao segmento de mercado que foi definido. Com isso, os estudantes fortalecerão suas habilidades e serão capazes de se adaptar às mudanças na indústria de alimentos.

Este curso é oferecido por meio da inovadora *metodologia Relearning*, ministrado em uma modalidade 100% online, dando aos alunos a flexibilidade de estudar de qualquer lugar e em seu próprio horário. Os alunos terão acesso a recursos multimídia 24 horas por dia, facilitando o estudo no seu próprio ritmo. Além disso, por meio da análise de estudos de caso, os estudantes desenvolverão habilidades de solução de problemas enfrentando simulações de situações reais.

Este **Curso de Marketing na Indústria de Alimentos** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Marketing na Indústria de Alimentos
- O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil fornece informações científicas e práticas sobre aquelas disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- Contém exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- Destaque especial para as metodologias inovadoras
- Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Um Curso que permitirá que você se destaque profissionalmente na indústria de alimentos"

“

No seu próprio ritmo, aprenda as técnicas mais eficientes para entender o comportamento do consumidor e, assim, desenvolver estratégias que atendam às suas necessidades”

O corpo docente deste curso inclui profissionais da área que transferem a experiência do seu trabalho para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de sociedades científicas de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

A metodologia de Relearning será sua melhor aliada para que você possa consolidar o domínio dos conceitos de Marketing.

Os recursos multimídia deste programa permitirão que você tenha uma experiência de aprendizado dinâmica e completa.



02 Objetivos

O principal objetivo deste programa educacional é capacitar os alunos sobre os mais recentes avanços na Indústria de Alimentos, proporcionando um conhecimento aprofundado dos aspectos práticos da execução de uma campanha de marketing voltada para a Indústria de Alimentos. Dessa forma, nossos estudantes serão capazes de criar estratégias que melhorem o posicionamento da empresa e atendam às necessidades do consumidor. Tudo isso será alcançado por meio do estudo de conteúdo multimídia que fortalecerá as habilidades de nossos alunos nesta área.





“

Explore as melhores práticas de marketing de alimentos saudáveis e sustentáveis para adaptar sua estratégia às tendências atuais do mercado”



Objetivos gerais

- Controlar os aspectos matemáticos, estatísticos e econômicos envolvidos nas empresas alimentícias
- Analisar tendências na produção e no consumo de alimentos
- Avaliar e reconhecer a importância sanitária e preventiva dos programas de limpeza, desinfecção, desinsetização e desratização na cadeia de alimentos
- Orientar de maneira científica e técnica sobre gêneros alimentícios e desenvolvimento de gêneros alimentícios





Objetivos específicos

- Conhecer e compreender os conceitos, as ferramentas e a lógica do marketing como uma atividade comercial inerente à produção de alimentos
- Aprender a tomar decisões relacionadas ao marketing de produtos, como encontrar oportunidades de marketing, elaborar estratégias e ações necessárias para comercializar produtos alimentícios com sucesso
- Compreender os procedimentos de análise de mercado e o comportamento do consumidor para assessorar as empresas no desenvolvimento de novos alimentos
- Criar e aplicar diferentes testes de produtos aplicados a alimentos para prever o comportamento da população-alvo



Capacite-se com este Curso e impulse sua carreira no empolgante mundo do Marketing na indústria de alimentos"

03

Estrutura e conteúdo

O programa de estudos deste Curso foi criado por especialistas com ampla experiência na indústria de alimentos, com o objetivo de oferecer aos nossos alunos uma educação de qualidade. Assim, os alunos terão a oportunidade de adquirir conhecimento especializado na criação de estratégias de marketing e na pesquisa de mercados e seus consumidores. Isso será alcançado com o uso de recursos multimídia e a análise de estudos de caso, permitindo que os estudantes desenvolvam habilidades profissionais excepcionais neste campo.



“

Crie as melhores estratégias de marketing para se destacar na indústria de alimentos e conquistar o mercado, graças a esta capacitação”

Módulo 1. Marketing e o comportamento do consumidor

- 1.1. Conceito e função do marketing nos negócios
 - 1.1.1. Conceito e natureza do marketing
 - 1.1.2. O processo de marketing
 - 1.1.3. Mercados da empresa
 - 1.1.4. Evolução das abordagens de negócios para o mercado
 - 1.1.5. Evolução e tendências atuais em marketing
- 1.2. Comportamento do consumidor em relação aos alimentos
 - 1.2.1. Natureza e escopo do estudo do comportamento do consumidor
 - 1.2.2. Fatores que influenciam o comportamento do consumidor
 - 1.2.3. Processo de decisão de compra
 - 1.2.4. O processo de compra organizacional
- 1.3. Pesquisa de mercado de alimentos
 - 1.3.1. Conceito, objetivos e tipos de pesquisa de marketing
 - 1.3.2. Fontes de informação em marketing
 - 1.3.3. O processo da pesquisa comercial
 - 1.3.4. Instrumentos de pesquisa comercial
 - 1.3.5. Mercados e clientes: segmentação
- 1.4. Decisões de marketing relacionadas a alimentos como uma mercadoria comercial
 - 1.4.1. Alimentos como mercadoria, características e classificação
 - 1.4.2. Decisões sobre gêneros alimentícios
 - 1.4.3. Decisões sobre a marca
- 1.5. Desenvolvimento e comercialização de novos alimentos
 - 1.5.1. Estratégias de desenvolvimento de novos produtos
 - 1.5.2. Etapas no desenvolvimento de novos produtos
 - 1.5.3. Gestão de um novo produto
 - 1.5.4. Políticas de marketing no ciclo de vida do produto



- 1.6. Políticas de administração e preços
 - 1.6.1. Preços, abordagem do conceito
 - 1.6.2. Métodos de determinação de preços
 - 1.6.3. Estratégias de preços para novos produtos
 - 1.6.4. Precificação de um mix/portfólio de produtos
 - 1.6.5. Estratégias de ajuste de preços
- 1.7. Comunicação com o mercado
 - 1.7.1. O papel das comunicações de marketing
 - 1.7.2. Ferramentas de comunicação
 - 1.7.3. Desenvolvimento de uma comunicação eficaz
 - 1.7.4. Fatores para estabelecer o mix de comunicação
- 1.8. Distribuição de alimentos
 - 1.8.1. Introdução
 - 1.8.2. Decisões sobre o projeto do canal
 - 1.8.3. Decisões sobre a gestão do canal
 - 1.8.4. Integração e sistemas de canais
 - 1.8.5. Mudanças na organização do canal
- 1.9. Processo de decisão do consumidor
 - 1.9.1. Características do estímulo e do mercado e sua relação com a escolha do consumidor
 - 1.9.1.1. Decisão de compra extensa, limitada e rotineira
 - 1.9.1.2. Decisões de compra de alto envolvimento e baixo envolvimento
 - 1.9.1.3. A tipologia dos compradores
 - 1.9.2. Reconhecimento do problema: conceito e fatores de influência
 - 1.9.3. A busca de informações: conceito, tipos, dimensões e determinantes do processo de busca
 - 1.9.4. A avaliação de informações: critérios de avaliação e estratégias de avaliação ou regras de decisão
 - 1.9.5. Aspectos gerais da escolha da marca
 - 1.9.5.1. A escolha do estabelecimento
 - 1.9.5.2. Processos pós-compra
- 1.10. A dimensão social no processo de compra do consumidor
 - 1.10.1. A cultura e sua influência sobre os consumidores: dimensões, conceito, e aspectos característicos da cultura
 - 1.10.2. O valor do consumo nas culturas ocidentais
 - 1.10.2.1. Estratos sociais e comportamento do consumidor: conceito, características e procedimentos de medição
 - 1.10.2.3. Estilos de vida
 - 1.10.3. Grupos: conceito, características e tipos de grupos
 - 1.10.3.1. A influência da família nas decisões de compra
 - 1.10.3.2. Tipos de decisões de compra da família e fatores que influenciam o processo de decisão da família
 - 1.10.3.3. Ciclo de vida familiar

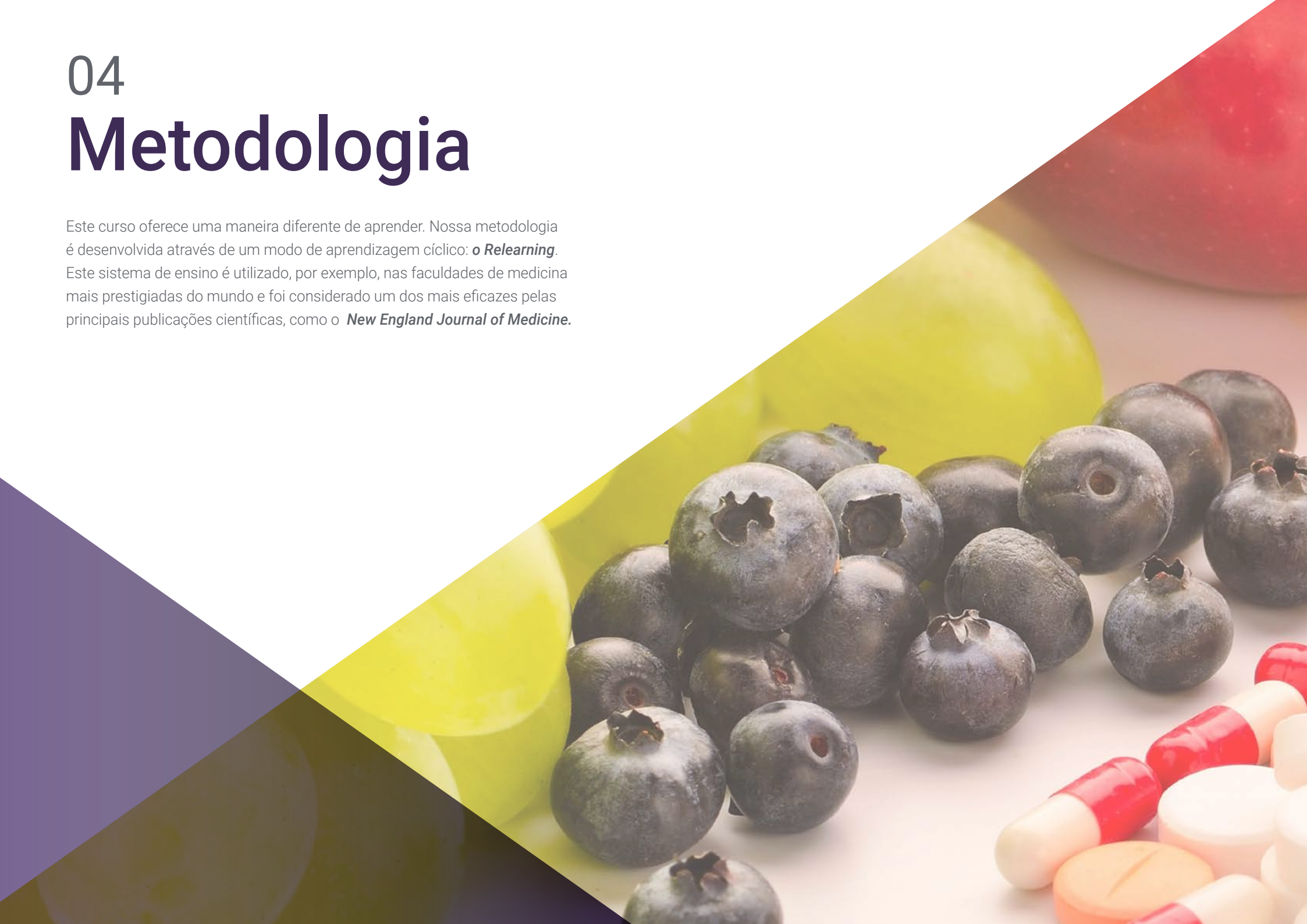


Você tem a motivação para crescer em seu campo profissional e a TECH lhe fornecerá as ferramentas para alcançar este objetivo. Não espere mais e comece já"

04

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Na TECH usamos o Método do Caso

Em uma determinada situação clínica, o que um profissional deveria fazer? Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com inúmeros casos clínicos simulados, baseados em pacientes reais, onde deverão investigar, estabelecer hipóteses e finalmente resolver as situações. Há inúmeras evidências científicas sobre a eficácia deste método. Os especialistas aprendem melhor, mais rápido e de forma mais sustentável ao longo do tempo.

Com a TECH o nutricionista experimenta uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo.



Segundo o Dr. Gérvas, o caso clínico é a apresentação comentada de um paciente, ou grupo de pacientes, que se torna um "caso", um exemplo ou modelo que ilustra algum componente clínico peculiar, seja pelo seu poder de ensino ou pela sua singularidade ou raridade. É essencial que o caso seja fundamentado na vida profissional atual, tentando recriar as condições reais na prática da nutrição profissional.

“

Você sabia que este método foi desenvolvido em 1912, em Harvard, para os alunos de Direito? O método do caso consistia em apresentar situações complexas reais para que estes tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard”

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

1. Os nutricionistas que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade mental, através de exercícios que avaliam situações reais e a aplicação do conhecimento.
2. A aprendizagem se consolida nas habilidades práticas permitindo ao nutricionista integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
3. A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e mais eficiente, graças ao uso de situações decorrentes da realidade.
4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.



Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.



O nutricionista aprenderá através de casos reais e da resolução de situações complexas em ambientes simulados de aprendizagem. Estas simulações são realizadas utilizando um software de última geração para facilitar a aprendizagem imersiva.

Na vanguarda da pedagogia mundial, o método Relearning conseguiu melhorar os níveis de satisfação geral dos profissionais que concluíram seus estudos, com relação aos indicadores de qualidade da melhor universidade online do mundo (Universidade de Columbia).

Através desta metodologia, mais de 45 mil nutricionistas se capacitaram, com um sucesso sem precedentes, em todas as especialidades clínicas independente da carga cirúrgica. Nossa metodologia de ensino é desenvolvida em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica.

A nota geral do sistema de aprendizagem da TECH é de 8,01, de acordo com os mais altos padrões internacionais.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais inovadoras e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que colocamos à disposição do aluno.



Técnicas e procedimentos de nutrição em vídeo

A TECH aproxima o aluno dos últimos avanços educacionais e da vanguarda das técnicas e procedimentos de aconselhamento nutricional atuais. Tudo isso, explicado detalhadamente para sua total assimilação e compreensão. E o melhor de tudo, você poderá assistir quantas vezes quiser.



Resumos interativos

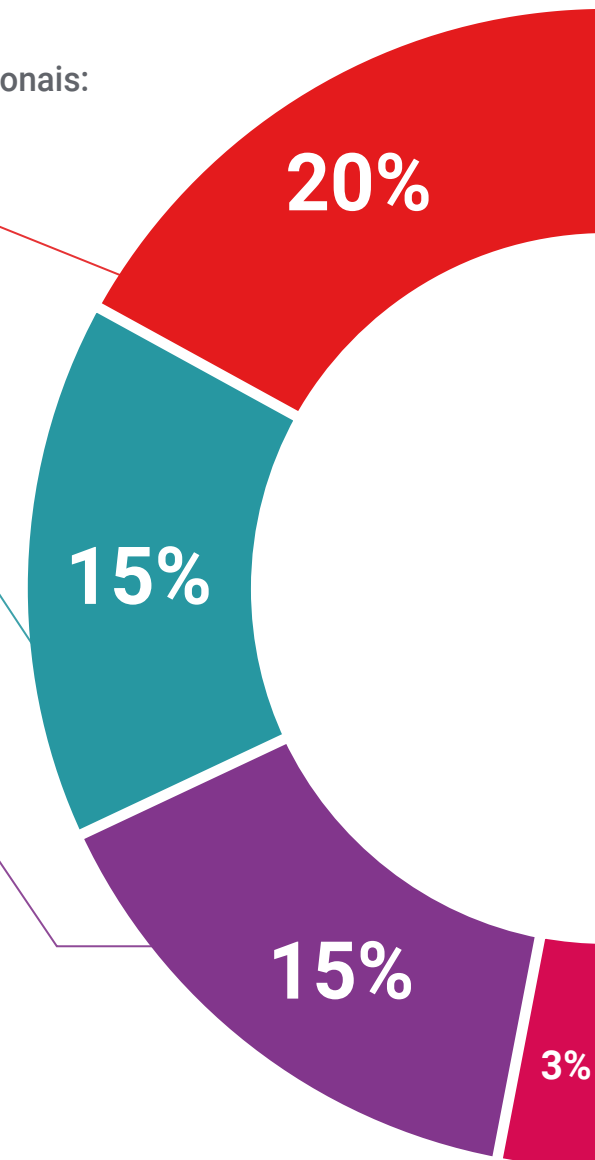
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

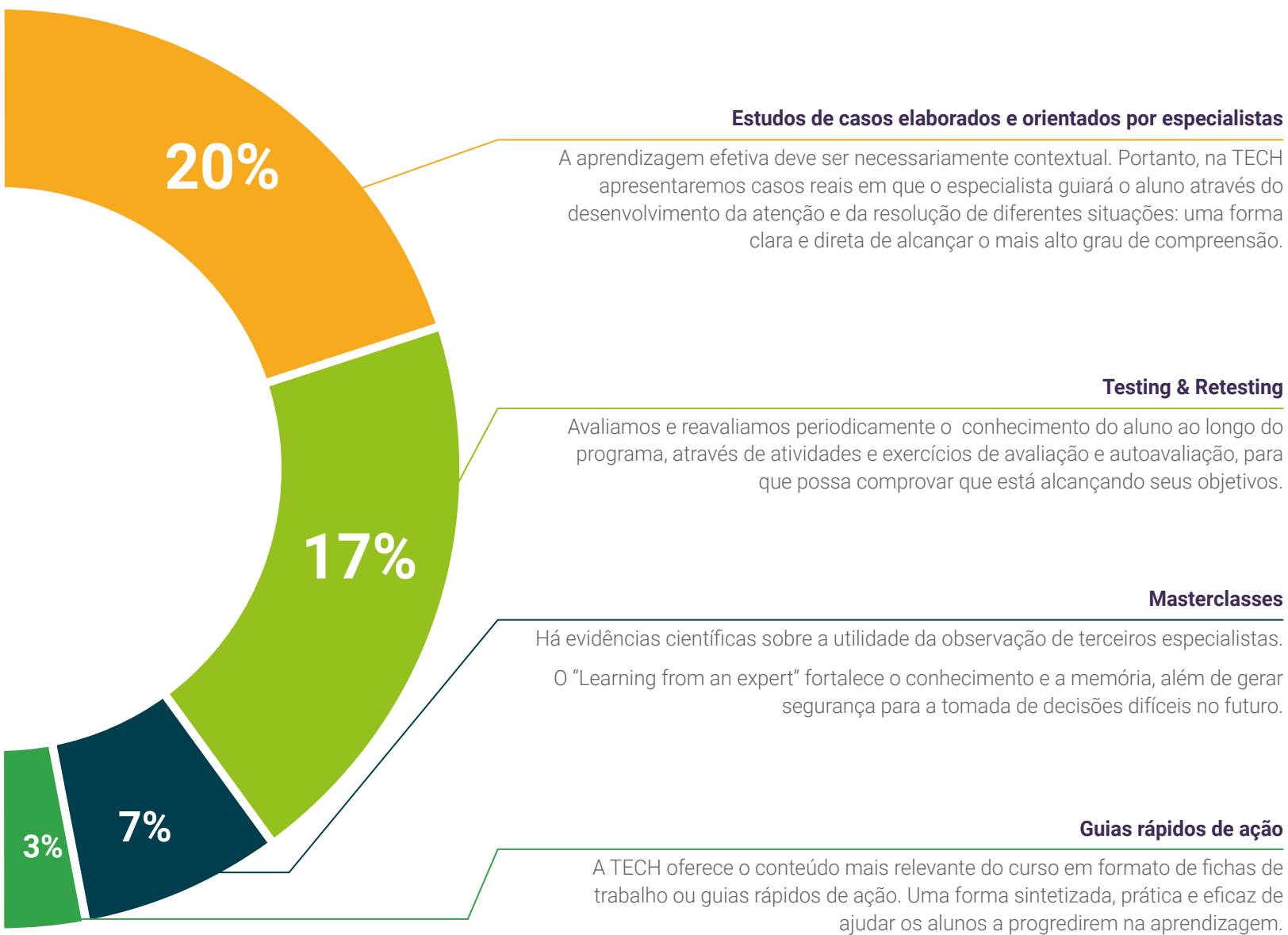
Este sistema único de capacitação através da apresentação de conteúdo multimídia, foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





05

Certificado

O Curso de Marketing na Indústria de Alimentos garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, acesso ao certificado do Curso emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado do Curso, emitido pela TECH Universidade Tecnológica”

Este **Curso de Marketing na Indústria de Alimentos** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao **Curso** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Curso, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Curso de Marketing na Indústria de Alimentos**

N.º de Horas Oficiais: **150h**



futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade comunidade
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento simulação

tech universidade
tecnológica

Curso

Marketing na Indústria
de Alimentos

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Curso

Marketing na Indústria de Alimentos

