

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de
Empresas de Alimentos



tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas de Alimentos

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/nutricao/mestrado-proprio/mestrado-proprio-mba-gestao-empresas-alimentos

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 36

06

Metodologia

pág. 56

07

Certificado

pág. 64

01

Apresentação

A indústria de alimentos está em constante crescimento, embora nos últimos anos tenha passado por um reajuste e uma transformação para manter os lucros anuais. Um setor sempre em contínua mudança, graças aos avanços tecnológicos, e que deve se adaptar cada vez mais às rigorosas normas de controle e segurança alimentar. Uma indústria potente, em ascensão, e com um futuro garantido para os profissionais desta área. Neste cenário favorável, elaboramos este programa 100% online, que oferece aos nutricionistas os conhecimentos mais atualizados sobre o funcionamento de empresas de alimentos, de estratégias de marketing e de medidas de higiene. O conteúdo multimídia e o método *Relearning*, permitirão explorar de forma muito mais dinâmica a gestão integrada das empresas deste setor.





“

Com este MBA 100% online, você poderá se manter atualizado com os avanços na Gestão de Empresas de Alimentos e aplicar esse conhecimento em seu campo profissional”

As grandes empresas que compõem a indústria alimentícia, como Nestlé, Pepsico, Kraft, Danone Group, ConAgra Food, Unilever e Sigma, têm em comum sua capacidade de inovação através da pesquisa para o desenvolvimento de novos produtos, um processo de fabricação cuidadoso e atenção às medidas de segurança e higiene, a fim de oferecer produtos de qualidade. Entretanto, a obtenção desse sucesso requer uma gestão integrada e a implementação de estratégias de marketing eficazes.

Em um mercado em constante crescimento e desenvolvimento, o profissional de Nutrição deve estar atento aos últimos desenvolvimentos no setor, onde seu conhecimento proporciona grande valor tanto para as empresas quanto para os consumidores finais. Por esse motivo, a TECH elaborou um MBA com duração de 12 meses, onde o especialista poderá se manter atualizado sobre os últimos avanços na área de gestão de empresas alimentícias e todos os componentes necessários para obter os melhores resultados.

Desta forma, este programa analisará de forma detalhada a economia do setor, seu funcionamento, a importância das medidas de segurança, higiene e controle de produtos, bem como o estudo do comportamento do consumidor para a tomada de decisões de marketing relacionadas a alimentos como um produto comercial.

Tudo isso em um formato exclusivamente online, que poderá ser acessado pelo aluno em qualquer dispositivo eletrônico com conexão à internet. Trata-se de uma opção acadêmica desenvolvida para profissionais que pretendam se manter atualizados em Gestão de Empresas de Alimentos com um programa universitário de qualidade, flexível e compatível com as responsabilidades mais exigentes.

Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas de Alimentos** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Tecnologia de Alimentos
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático oferece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ♦ Aulas 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



Esta é uma capacitação que apresentará as estratégias de marketing mais eficazes utilizadas no setor de alimentos”



A biblioteca de recursos multimídia está disponível 24 horas por dia para fácil acesso às últimas informações sobre alimentação e saúde pública"

O corpo docente do curso conta com profissionais do setor, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de instituições 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 curso se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional tentará resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Explore os fundamentos da economia das empresas de alimentos e a implementação de novos processos e produtos.

Acesso 24 horas por dia aos conhecimentos mais atualizados sobre a Gestão de Qualidade e Segurança Alimentar.



02

Objetivos

Dada a relevância da indústria alimentícia, é importante saber como ela funciona, bem como as tendências neste setor. É por isso que este programa permite que o profissional de nutrição obtenha os conhecimentos mais atualizados sobre os avanços científicos e técnicos em alimentos, juntamente com o progresso tecnológico, os fatores que influenciam a escolha e a aceitabilidade dos alimentos, bem como as regulamentações atuais.. Os estudos de caso apresentados neste programa servirão para aproximar ainda mais o aluno da situação real do setor.



“

A TECH se adapta a você! É por isso que oferecemos uma capacitação online, sem horários fixos e facilmente acessível pelo seu computador ou tablet”



Objetivos gerais

- Controlar os aspectos matemáticos, estatísticos e econômicos envolvidos nas empresas de alimentos
- Analisar as tendências na produção e consumo de alimentos
- Avaliar e reconhecer a importância sanitária e preventiva dos programas de limpeza, desinfecção, desinsetização e desratização na cadeia de alimentos
- Assessorar cientificamente e tecnicamente os produtos alimentícios e o desenvolvimento de produtos alimentícios



Você obterá os conhecimentos mais recentes sobre as diferentes técnicas e testes utilizados na indústria para prever o comportamento do consumidor”





Objetivos específicos

Módulo 1. Matemática

- Conhecer os elementos básicos que compõem a matemática empresarial
- Dominar a álgebra linear e matricial, matrizes, transposição de matrizes, cálculo, inversão de matrizes, sistemas de equações
- Entender os usos, diferenças técnicas e métodos matemáticos dentro da estrutura financeira da empresa
- Aplicar as técnicas e métodos das matemáticas dentro da estrutura financeira da empresa

Módulo 2. Estatística

- Dominar as informações estatísticas
- Conhecer a classificação do registro de dados
- Aplicar as TIC e sistemas práticos nas empresas de alimentos
- Compreender os modelos de probabilidade

Módulo 3. Alimentos, Tecnologia e Cultura

- Analisar a evolução histórico-cultural da transformação e do consumo de alimentos ou de grupos de alimentos específicos
- Relacionar o avanço no conhecimento científico e tecnológico dos alimentos com o progresso cultural e tecnológico
- Identificar os fatores que influenciam a escolha e a aceitação dos alimentos
- Distinguir as características essenciais dos alimentos e os setores da indústria

Módulo 4. Economia e Empresa de Alimentos

- Compreender o conceito de empresa, a estrutura institucional e legal e o balanço econômico de uma empresa
- Adquirir conhecimentos para avaliar o risco higiênico-sanitário e toxicológico de um processo, alimento, ingrediente e embalagem, assim como para identificar as possíveis causas de deterioração dos alimentos e estabelecer mecanismos de rastreabilidade
- Conhecer as fontes de financiamento, as demonstrações financeiras e as diferentes áreas funcionais de uma empresa
- Calcular e interpretar os valores obtidos para o Produto Interno Bruto (PIB) e a Renda Agrícola para aplicações de gestão econômica e empresarial

Módulo 5. Alimentação e Saúde Pública

- Compreender a distinção fundamental da alimentação humana e as interações entre a natureza e a cultura
- Identificar os conceitos de saúde pública e prevenção de riscos relacionados aos hábitos de consumo de alimentos e segurança alimentar
- Compreender os fundamentos e sistemas gerais de prevenção de doenças, promoção e proteção da saúde, bem como as etiologias e fatores epidemiológicos que afetam as doenças transmitidas por alimentos
- Identificar e classificar as principais implicações sociais e econômicas das zoonoses

Módulo 6. Indústria de Alimentos

- ♦ Controlar e otimizar os processos e produtos na indústria alimentar Fabricar e preservar alimentos
- ♦ Desenvolver novos processos e produtos
- ♦ Conhecer os processos industriais de transformação e conservação de alimentos, bem como as tecnologias de embalagem e armazenamento
- ♦ Analisar os sistemas de controle e otimização de processos e produtos aplicados aos principais tipos de indústrias alimentares
- ♦ Aplicar o conhecimento dos processos de transformação e conservação no desenvolvimento de novos processos e produtos

Módulo 7. Higiene e Segurança Alimentar

- ♦ Elaborar, aplicar, avaliar e manter boas práticas de higiene e segurança alimentar, e sistemas de controle, aplicando a legislação vigente
- ♦ Colaborar na defesa do consumidor no âmbito da segurança dos alimentos
- ♦ Desenvolver e implementar sistemas de controle de qualidade de alimentos (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle e Planos de Higiene Geral) para uma empresa de alimentos e restauração

Módulo 8. Gestão e Qualidade de Alimentos

- ♦ Projetar e avaliar ferramentas que permitam a gestão da segurança alimentar ao longo de toda a cadeia alimentar, com o objetivo de proteger a saúde pública
- ♦ Identificar e interpretar os requisitos da norma de gestão de segurança alimentar (UNE EN ISO 22000) para posterior aplicação e avaliação em operadores da cadeia alimentar
- ♦ Desenvolver, aplicar, avaliar e manter práticas adequadas de higiene, segurança dos alimentos e sistemas de controle de risco

- ♦ Participar na elaboração, organização e gestão dos diferentes serviços de alimentação
- ♦ Colaborar na implementação de sistemas de qualidade
- ♦ Avaliar, controlar e gerenciar aspectos de rastreabilidade na cadeia de alimentos

Módulo 9. Avaliação da Segurança Alimentar

- ♦ Validar, verificar e auditar os sistemas de controle de segurança alimentar
- ♦ Conhecer e descrever os princípios básicos do sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle - APPCC (HACCP)
- ♦ Conhecer e compreender o funcionamento do plano APPCC e sua aplicação nas diferentes indústrias alimentícias
- ♦ Identificar e conhecer as características higiênicas de grupos alimentares de animais, plantas e alimentos processados

Módulo 10. Marketing e Comportamento do Consumidor

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

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- ♦ Analisar o impacto da globalização na governança e no governo corporativo
- ♦ Avaliar a importância da liderança eficaz na direção e sucesso das empresas
- ♦ Definir as estratégias de gestão intercultural e sua relevância em ambientes empresariais diversos
- ♦ Desenvolver habilidades de liderança e entender os desafios atuais que os líderes enfrentam
- ♦ Determinar os princípios e práticas da ética empresarial e sua aplicação na tomada de decisões corporativas
- ♦ Estruturar estratégias para a implementação e melhoria da sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas

Módulo 12. Gestão de Pessoas e de Talentos

- ♦ Determinar a relação entre a direção estratégica e a gestão de recursos humanos
- ♦ Explorar as competências necessárias para a gestão eficaz de recursos humanos por competências
- ♦ Explorar as metodologias para a avaliação de desempenho e a gestão do desempenho
- ♦ Integrar as inovações na gestão de talentos e seu impacto na retenção e fidelização de pessoal
- ♦ Desenvolver estratégias para a motivação e o desenvolvimento de equipes de alto desempenho
- ♦ Propor soluções eficazes para a gestão da mudança e a resolução de conflitos nas organizações

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- ♦ Analisar o ambiente macroeconômico e sua influência no sistema financeiro nacional e internacional
- ♦ Definir os sistemas de informação e *Business Intelligence* para a tomada de decisões financeiras
- ♦ Diferenciar decisões financeiras chave e a gestão de riscos na direção financeira
- ♦ Avaliar estratégias para o planejamento financeiro e a obtenção de financiamento empresarial

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- ♦ Estruturar o quadro conceitual e a importância da direção comercial nas empresas
- ♦ Explorar os elementos e atividades fundamentais do marketing e seu impacto na organização
- ♦ Determinar as etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- ♦ Avaliar estratégias para melhorar a comunicação corporativa e a reputação digital da empresa

Módulo 15. Gestão Executiva

- ♦ Definir o conceito de General Management e sua relevância na direção de empresas
- ♦ Avaliar as funções e responsabilidades do executivo na cultura organizacional
- ♦ Analisar a importância da gestão de operações e da gestão da qualidade na cadeia de valor
- ♦ Desenvolver a comunicação interpessoal e as habilidades de falar em público para a formação de porta-vozes

03

Competências

O plano de estudos deste MBA permitirá ao especialista aprimorar ainda mais suas habilidades na área de Gestão de Empresas de Alimentos, bem como suas habilidades para a implementação de estratégias baseadas em sólidos conhecimentos da economia de mercado, as últimas tendências em Marketing, e tudo isso respeitando as normas de Segurança Alimentar existentes. Estes objetivos serão mais fáceis de serem alcançados através dos recursos pedagógicos fornecidos pelo TECH neste programa.





“

Este programa possibilitará ampliar suas competências e habilidades na aplicação das mais recentes técnicas de negócios na indústria de alimentos”



Competências gerais

- Conhecer e aplicar técnicas de marketing apropriadas no campo da indústria alimentícia
- Fornecer medidas preventivas e corretivas para enfrentar os perigos que surgem regularmente em qualquer etapa da cadeia alimentar
- Identificar os diferentes tipos de mercados, tais como os mercados monopolistas, oligopolistas e de concorrência monopolística
- Reconhecer o papel das normas culturais nos costumes e regulamentações alimentares, bem como no papel dos alimentos na sociedade

“

Explore a organização e a gestão dos diversos serviços de alimentação por meio de um conteúdo disponível 24 horas por dia”





Competências específicas

- ♦ Identificar problemas de saúde associados ao uso de aditivos alimentares
- ♦ Colaborar na defesa do consumidor no âmbito da segurança e qualidade de alimentos
- ♦ Participar na elaboração, organização e gestão dos diferentes serviços de alimentação
- ♦ Identificar os mecanismos e parâmetros para o controle de processos e equipamentos na indústria alimentícia
- ♦ Conhecer de forma ampla o comportamento alimentar, individual e social
- ♦ Dominar os processos de transformação e conservação particulares aos principais tipos de indústrias alimentícias

04

Direção do curso

A TECH aposta continuamente na excelência acadêmica. Por isso, cada um de seus programas conta com equipes de professores de elevado prestígio. Esses especialistas possuem ampla experiência em seus campos profissionais e, ao mesmo tempo, alcançaram resultados significativos com suas pesquisas empíricas e trabalhos de campo. Além disso, esses profissionais desempenham um papel protagonista neste programa universitário, assumindo a responsabilidade de selecionar os conteúdos mais atualizados e inovadores para inclusão nos planos de estudos. Ao mesmo tempo, participam da elaboração de inúmeros recursos multimídia de alto rigor pedagógico.





“

Uma equipe de professores completa, formada por especialistas com vasta experiência, estará à sua disposição neste programa da TECH"

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento** e **estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista **Fortune 50**, como **NBC Universal** e **Comcast**. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos** na **Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é **criar equipes diversas, inclusivas e de alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de **amplificar a marca empregadora** e a proposta de valor da **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de Miami, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de **bem-estar laboral** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- ♦ Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- ♦ Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal, Nova York, Estados Unidos
- ♦ Responsável pela Seleção de Pessoal na Comcast
- ♦ Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- ♦ Vice-presidente Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- ♦ Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- ♦ Executiva de Contas na BNC
- ♦ Executiva de Contas na Vault
- ♦ Graduada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

Graças à TECH, você poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



Sr. Rick Gauthier

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária”

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um renomado especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo dessa trajetória extensa, assumiu diferentes riscos e é um **defensor permanente da inovação e mudança** no cenário empresarial. Com essa expertise, colaborou com diretores gerais e organizações corporativas de todo o mundo, incentivando-os a abandonar os modelos tradicionais de negócios. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem **verdadeiros líderes de mercado**, focadas em seus **clientes e no mundo digital**.

As estratégias desenvolvidas por Arman têm um impacto duradouro, pois permitiram a várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, funcionários e acionistas**. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **engajamento dos funcionários** nas instituições onde atuou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, em sua trajetória profissional, nutriu e liderou **equipes de alto desempenho** que, inclusive, receberam prêmios por seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: satisfazer as complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital y tecnológico**. Assim, seus esforços evidenciaram que, para alcançar um sucesso sustentável, é fundamental partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação dos processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o diretor se destaca por seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, tema em que possui um pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiências em **IoT e o Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Shell
- Gerente Nacional de Contas Chave (fabricantes de equipamentos originais e varejistas de automóveis) para Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor Sênior de Gestão (Setor de Serviços Financeiros) para Accenture em Singapura
- Graduado pela Universidade de Leeds
- Pós-graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores pela London Business School
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD



Você deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH disponibiliza os conteúdos mais atualizados do mercado acadêmico, elaborados por especialistas de prestígio internacional"

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um profissional experiente em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. Atualmente, ele ocupa o cargo de Gerente Global de Compras na divisão de Infraestrutura Técnica e Centros de Dados da Google, onde construiu a maior parte de sua carreira profissional. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como a integridade de dados mestres, as atualizações de dados de fornecedores e priorização desses dados. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a avaliação de risco do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo marketing, análise de mídia, mensuração e atribuição. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o Prêmio de Liderança BIM, o Prêmio de Liderança em Pesquisa, o Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação e o Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como Gerente de Vendas em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como Analista Sênior da Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos fatores macroeconômicos e políticos/regulatórios que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Também liderou equipes em empresas como Eaton, Airbus e Siemens, onde adquiriu valiosa experiência em gestão de contas e cadeia de suprimentos. Destaca-se especialmente seu trabalho para superar continuamente as expectativas através da construção de relações valiosas com os clientes e trabalhando de forma fluida com pessoas em todos os níveis de uma organização, incluindo stakeholders, gestão, membros da equipe e clientes. Seu enfoque orientado por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis para os desafios da indústria o tornaram um líder proeminente em seu campo.



Sr. Manuel Arens

- Gerente Global de Compras no Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsável Principal de Análise e Tecnologia B2B no Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior no Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadeia de Suprimentos na Airbus, Alemanha

“

Escolha a TECH! Você poderá acessar os melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de prestígio internacional na área”

Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um experiente executivo de Marketing cujos projetos tiveram um **impacto significativo** no setor da Moda. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a **Produtos, Merchandising e Comunicação**, sempre associado a marcas de prestígio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados desse executivo de **alto perfil internacional** estão ligados à sua comprovada capacidade de **sintetizar informações** em estruturas claras e executar **ações concretas** alinhadas com objetivos **empresariais específicos**. Além disso, é reconhecido por sua **proatividade** e **adaptação a ritmos acelerados** de trabalho. Este especialista também possui uma **forte consciência comercial**, **visão de mercado** e uma **verdadeira paixão pelos produtos**.

Como **Diretor Global de Marca e Merchandising** na **Giorgio Armani**, supervisionou diversas **estratégias de Marketing** para roupas e acessórios. Suas táticas foram centradas no **varejo** e nas **necessidades e comportamentos dos consumidores**. Neste cargo, La Sala também foi responsável pela comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como **chefe de equipe** nos departamentos de **Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como **Calvin Klein** e **Gruppo Coin**, empreendeu projetos para impulsionar a **estrutura**, o **desenvolvimento** e a **comercialização** de **diferentes coleções**. Também criou **calendários eficazes** para **campanhas** de compra e venda, para campanhas gerenciando **termos, custos, processos e prazos de entrega** de diferentes operações.

Essas experiências tornaram Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados **líderes corporativos** no setor da **Moda e Luxo**, com uma alta capacidade de implementação eficaz do **posicionamento positivo** de **diferentes marcas** e redefinição de indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. Andrea La Sala

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager na Dolce&Gabbana
- Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado na Fastweb
- Graduado em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão esperando por você na TECH para proporcionar um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que você está esperando para se matricular?"

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações e gerar ações concretas** a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence** na **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminare para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



Sr. Mick Gram

- ♦ Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- ♦ Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- ♦ Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- ♦ Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- ♦ Analista Chefe na Nordea
- ♦ Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- ♦ Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- ♦ MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhague
- ♦ Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhague

“

Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional”

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial** nos **negócios**. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem"

Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito esportivo internacional, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua liderança estratégica e habilidade para impulsionar mudanças e inovação em organizações esportivas de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, sediada na Florida, Estados Unidos. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico e Diretor Geral de Assuntos Comerciais, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o desenvolvimento estratégico até o Marketing de entretenimento.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas principais franquias esportivas de Chicago. Como Vice-Presidente Executivo das franquias dos Chicago Bulls e dos Chicago White Sox ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o sucesso empresarial e estratégico no mundo do esporte profissional.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no campo esportivo enquanto trabalhava em Nova York como principal analista estratégico para Roger Goodell na National Football League (NFL) e, anteriormente, como estagiário jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos.



Sr. Eric Nyquist

- ♦ Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, Flórida, Estados Unidos
- ♦ Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico na NASCAR
- ♦ Vice-Presidente de Planejamento Estratégico na NASCAR
- ♦ Diretor Geral de Assuntos Comerciais na NASCAR
- ♦ Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago White Sox
- ♦ Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago Bulls
- ♦ Gerente de Planejamento Empresarial na National Football League (NFL)
- ♦ Assuntos Comerciais / Estagiário Jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos
- ♦ Doutor em Direito pela Universidade de Chicago
- ♦ Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Booth School of Business da Universidade de Chicago
- ♦ Formado em Economia Internacional pelo Carleton College



Com este programa universitário 100% online, você poderá conciliar seus estudos com suas atividades diárias, contando com o apoio de especialistas internacionais líderes na área do seu interesse. Faça sua matrícula hoje mesmo!"

05

Estrutura e conteúdo

A TECH elaborou um plano de estudos cujo objetivo principal é fornecer as informações mais recentes sobre a Gestão de Empresas de Alimentos. Para isso, foi elaborado um programa baseado no conhecimento mais avançado da economia empresarial, e depois se aprofunda nos últimos avanços tecnológicos, na cultura e no processo real de fabricação de produtos alimentícios. Resumos em vídeo, diagramas interativos e leituras especializadas também permitirão ao graduado manter-se atualizado com a higiene alimentar, marketing e gestão de qualidade.




“

Matricule-se em um programa que irá atualizá-lo sobre as mais recentes medidas de higiene aplicadas a produtos derivados de carne, laticínios e pescados”

Módulo 1. Matemática

- 1.1. Elementos básicos de álgebra linear e matricial
 - 1.1.1. O espaço vetorial do \mathbb{R}^n , funções e variáveis
 - 1.1.1.1. Representação gráfica de conjuntos de \mathbb{R}
 - 1.1.1.2. Conceitos básicos de funções reais de várias variáveis Operações com funções
 - 1.1.1.3. Tipos de funções
 - 1.1.1.4. Teorema de Weierstrass
 - 1.1.2. Otimização com restrições desiguais
 - 1.1.2.1. O método gráfico de duas variáveis
 - 1.1.3. Tipos de funções
 - 1.1.3.1. Variáveis separadas
 - 1.1.3.2. Funções polinomiais
 - 1.1.3.3. Racionais
 - 1.1.3.4. Formas quadráticas
- 1.2. Matrizes: tipos, conceitos e operações
 - 1.2.1. Definições básicas
 - 1.2.1.1. Matriz de ordem $m \times n$
 - 1.2.1.2. Matrizes quadradas
 - 1.2.1.3. Matriz de identidade
 - 1.2.2. Operações com matrizes
 - 1.2.2.1. Soma de matrizes
 - 1.2.2.2. Produto de um número real por uma matriz
 - 1.2.2.3. Produto de matrizes
- 1.3. Transposição matricial
 - 1.3.1. Matriz diagonalizável
 - 1.3.2. Propriedades da transposição de matrizes
 - 1.3.3. Método involutivo
- 1.4. Determinantes: cálculo e definição
 - 1.4.1. Conceito de determinantes
 - 1.4.1.1. Definição de determinantes
 - 1.4.1.2. Matriz quadrada de ordem 2,3 e maior que 3



- 
- 1.4.2. Matrizes triangulares
 - 1.4.2.1. Cálculo da matriz triangular
 - 1.4.2.2. Cálculo da matriz quadrada não triangular
 - 1.4.3. Propriedades dos determinantes
 - 1.4.3.1. Simplificação de cálculos
 - 1.4.3.2. Cálculo, em qualquer caso
 - 1.5. A matriz inversa
 - 1.5.1. Propriedade da matriz inversa
 - 1.5.1.1. Conceito de investimento
 - 1.5.1.2. Definição e conceitos básicos associados
 - 1.5.2. Cálculo da matriz inversa
 - 1.5.2.1. Métodos e cálculo
 - 1.5.2.2. Exceções e exemplos
 - 1.5.3. Expressão e equação da matriz
 - 1.5.3.1. Expressão da matriz
 - 1.5.3.2. Equação de matriz
 - 1.6. Solucionando sistemas de equações
 - 1.6.1. Equações lineares
 - 1.6.2. Discussão do sistema. Teorema de Rouché-Fobenius
 - 1.6.3. Regra de Cramer: resolução do sistema
 - 1.6.4. Os sistemas homogêneos
 - 1.6.5. Espaços vetoriais
 - 1.6.5.1. Propriedades do espaço vetorial
 - 1.6.5.2. Combinação linear de vetores
 - 1.6.5.3. Dependência e independência linear
 - 1.6.5.4. Coordenadas de um vetor
 - 1.6.5.5. Teorema das bases
 - 1.7. Formas quadráticas
 - 1.7.1. Conceito e definição das formas quadráticas
 - 1.7.2. Matrizes quadráticas
 - 1.7.2.1. Lei da inércia das formas quadráticas
 - 1.7.2.2. Estudo do sinal por autovalores
 - 1.7.2.3. Estudo do sinal por menores

- 1.8. Funções de uma variável
 - 1.8.1. Análise do comportamento de uma magnitude
 - 1.8.1.1. Análise local
 - 1.8.1.2. Continuidade
 - 1.8.1.3. Continuidade restrita
- 1.9. Limites de funções, domínio e imagem em funções reais
 - 1.9.1. Funções de várias variáveis
 - 1.9.1.1. Vetorial de várias variáveis
 - 1.9.2. Domínios de uma função
 - 1.9.2.1. Conceito e aplicações
 - 1.9.3. Limites de funções
 - 1.9.3.1. Limites de uma função em um ponto
 - 1.9.3.2. Limites laterais de uma função
 - 1.9.3.3. Limites de funções racionais
 - 1.9.4. Indeterminação
 - 1.9.4.1. Indeterminação em funções com raízes
 - 1.9.4.2. Indeterminação $0/0$
 - 1.9.5. Domínio e imagem de uma função
 - 1.9.5.1. Conceito e características
 - 1.9.5.2. Cálculo do domínio e da imagem
- 1.10. Derivadas: análise de comportamento
 - 1.10.1. Derivadas de uma função em um ponto
 - 1.10.1.1. Conceito e características
 - 1.10.1.2. Interpretação geométrica
 - 1.10.2. Regras de derivação
 - 1.10.2.1. Derivação de uma constante
 - 1.10.2.2. Derivação de uma soma ou de uma diferenciação
 - 1.10.2.3. Derivação de um produto
 - 1.10.2.4. Derivada da função inversa
 - 1.10.2.5. Derivada da função composta
- 1.11. Aplicações derivadas para o estudo das funções
 - 1.11.1. Propriedades das funções deriváveis
 - 1.11.1.1. Cálculo máximo
 - 1.11.1.2. Cálculo mínimo
 - 1.11.1.3. Teorema de Rolle
 - 1.11.1.4. Teorema do valor médio
 - 1.11.1.5. Regra de l'Hôpital
 - 1.11.2. Avaliação de magnitudes econômicas
 - 1.11.2.1. Diferenciabilidade
- 1.12. Otimização das funções de várias variáveis
 - 1.12.1. Otimização de funções
 - 1.12.1.1. Otimização com restrições de igualdade
 - 1.12.1.2. Pontos críticos
 - 1.12.1.3. Extremos relativos
 - 1.12.2. Funções convexas e côncavas
 - 1.12.2.1. Propriedades das funções convexas e côncavas
 - 1.12.2.2. Pontos de inflexão
 - 1.12.2.3. Crescimento e declínio
- 1.13. Integrais indefinidas
 - 1.13.1. Primitiva e integral indefinida
 - 1.13.1.1. Conceitos básicos
 - 1.13.1.2. Métodos de cálculo
 - 1.13.2. Integrais imediatas
 - 1.13.2.1. Propriedades de integrais imediatas
 - 1.13.3. Métodos de integração
 - 1.13.3.1. Integrais racionais
- 1.14. Integrais indefinidas
 - 1.14.1. Teorema do Barrow
 - 1.14.1.1. Definição do teorema
 - 1.14.1.2. Bases de cálculo
 - 1.14.1.3. Aplicações do teorema



- 1.14.2. Corte de curvas em integrais definidas
 - 1.14.2.1. Conceito de corte de curvas
 - 1.14.2.2. Bases de cálculo e estudo das operações
 - 1.14.2.3. Aplicações do cálculo de corte de curvas
- 1.14.3. Teorema da média
 - 1.14.3.1. Conceito de teorema e do intervalo fechado
 - 1.14.3.2. Bases de cálculo e estudo das operações
 - 1.14.3.3. Aplicações do teorema

Módulo 2. Estatística

- 2.1. Introdução à estatística
 - 2.1.1. Conceitos básicos
 - 2.1.2. Tipos de variáveis
 - 2.1.3. Informação estatística
- 2.2. Ordenação e classificação do registro de dados
 - 2.2.1. Descrição de variáveis
 - 2.2.2. Tabela de distribuição de frequências
 - 2.2.3. Quantitativas e qualitativas
- 2.3. Aplicativos e sistemas práticos de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)
 - 2.3.1. Conceitos básicos
 - 2.3.2. Ferramentas
 - 2.3.3. Representação de dados
- 2.4. Medidas de resumo dos dados I
 - 2.4.1. Medidas descritivas
 - 2.4.2. Medidas de centralização
 - 2.4.3. Medidas de dispersão
 - 2.4.4. Medidas de forma ou posição
- 2.5. Medidas de resumo dos dados II
 - 2.5.1. Diagrama de caixa
 - 2.5.2. Identificação de valores atípicos
 - 2.5.3. Transformação de uma variável

- 2.6. Análise do conjunto de duas variáveis estatísticas
 - 2.6.1. Tabulação de duas variáveis
 - 2.6.2. Tabelas de contingência e representações gráficas
 - 2.6.3. Relação linear entre variáveis quantitativas
- 2.7. Séries temporais e números índices
 - 2.7.1. As séries temporais
 - 2.7.2. Taxas de variação
 - 2.7.3. Números índices
 - 2.7.4. O Índice de Preços ao Consumidor (IPC) e as séries temporais deflacionadas
- 2.8. Introdução à probabilidade: cálculo e conceitos básicos
 - 2.8.1. Conceitos básicos
 - 2.8.2. Teoria de conjuntos
 - 2.8.3. Cálculo de probabilidades
- 2.9. Variáveis aleatórias e funções de probabilidade
 - 2.9.1. Variáveis aleatórias
 - 2.9.2. Medidas das variáveis
 - 2.9.3. Função de probabilidade
- 2.10. Modelos de probabilidade para variáveis aleatórias
 - 2.10.1. Cálculo de probabilidades
 - 2.10.2. Variáveis aleatórias discretas
 - 2.10.3. Variáveis aleatórias contínuas
 - 2.10.4. Modelos derivados da distribuição normal

Módulo 3. Alimentos, Tecnologia e Cultura

- 3.1. Introdução à cultura alimentar
 - 3.1.1. Alimentação e nutrição: o ser humano como animal onívoro
 - 3.1.2. Conceito de cultura e comportamento alimentar
 - 3.1.3. A alimentação humana em diferentes tipos de sociedades
 - 3.1.4. Conceito de adaptação alimentar: exemplos de adaptação alimentar
- 3.2. Fatores que condicionam a alimentação
 - 3.2.1. Significado ideológico dos alimentos
 - 3.2.2. Dieta e gênero
 - 3.2.3. Padrões de convívio em diferentes culturas: produção, consumo e comportamento

- 3.3. Religião e alimentação
 - 3.3.1. Alimentos permitidos e proibidos
 - 3.3.2. Relação entre alimentos e rituais religiosos
 - 3.3.3. Práticas e comportamentos alimentares relacionados à religião
- 3.4. Bases históricas dos alimentos
 - 3.4.1. Principais mudanças na alimentação humana em diferentes momentos da história
 - 3.4.2. Pré-história
 - 3.4.3. Idade Antiga
 - 3.4.4. Idade Média
 - 3.4.5. Impacto da descoberta da América na alimentação europeia e no Novo Mundo
 - 3.4.6. Idade Moderna
- 3.5. Avanços científicos e alimentação
 - 3.5.1. Revoluções industriais
 - 3.5.2. Impacto das descobertas científicas e do desenvolvimento tecnológico na alimentação
- 3.6. Alimentação Contemporânea I
 - 3.6.1. Fatores socioeconômicos e demográficos que condicionam a alimentação atual
 - 3.6.2. Alimentação e imigração
 - 3.6.3. O homem e a abundância no mundo, mitos e realidades
- 3.7. Alimentação Contemporânea II
 - 3.7.1. Novas tendências na alimentação
 - 3.7.2. Expansão da refeição coletiva e fast food
 - 3.7.3. Interesse pela dieta e saúde
- 3.8. Aceitabilidade dos alimentos
 - 3.8.1. Condições fisiológicas e psicológicas
 - 3.8.2. Conceito de qualidade alimentar
 - 3.8.3. Avaliação da aceitação dos alimentos
- 3.9. Técnicas de comunicação
 - 3.9.1. Marketing alimentar
 - 3.9.2. Elementos do marketing
 - 3.9.3. Recursos publicitários na alimentação
 - 3.9.4. Influência da publicidade no comportamento alimentar

- 3.10. Fatores socioculturais da alimentação
 - 3.10.1. Relações sociais
 - 3.10.2. Expressão de sentimentos, prestígio e poder
 - 3.10.3. Grupos sociais no Neolítico e Paleolítico

Módulo 4. Economia e Empresa de Alimentos

- 4.1. Conceitos básicos da economia
 - 4.1.1. A economia e a necessidade de escolha
 - 4.1.2. A fronteira de possibilidades de produção e suas aplicações na produção
 - 4.1.3. O funcionamento de uma economia de mercado
 - 4.1.4. As limitações do sistema de economia de mercado e das economias mistas
- 4.2. As curvas de demanda e de oferta
 - 4.2.1. Os agentes que participam no mercado. A demanda e a oferta
 - 4.2.2. O equilíbrio do mercado
 - 4.2.3. Deslocamentos das curvas de oferta e demanda
- 4.3. Aplicações da análise da oferta e da demanda
 - 4.3.1. A queda dos preços agrícolas
 - 4.3.2. Preços máximos e mínimos
 - 4.3.3. Estabelecimento de preços subsidiados ou de apoio
 - 4.3.4. Principais sistemas utilizados para ajudar os agricultores
- 4.4. A demanda de bens
 - 4.4.1. A demanda de consumo e a utilidade
 - 4.4.2. A demanda de mercado
 - 4.4.3. A demanda e o conceito de elasticidade
 - 4.4.4. A elasticidade da demanda e a receita total
 - 4.4.5. Outras elasticidades
- 4.5. A produção na empresa e os custos de produção
 - 4.5.1. A produção no curto prazo
 - 4.5.2. A produção e o longo prazo
 - 4.5.3. Os custos da empresa a curto prazo
 - 4.5.4. Os custos a longo prazo e os rendimentos de escala
 - 4.5.5. As decisões de produção da empresa e a maximização dos lucros

- 4.6. Tipologia de mercados
 - 4.6.1. As formas de concorrência
 - 4.6.2. Os mercados de concorrência perfeita
 - 4.6.3. A empresa competitiva e a decisão de produzir
 - 4.6.4. Características básicas da concorrência imperfeita
 - 4.6.5. Monopólio, oligopólio e concorrência monopolística
- 4.7. As macromagnitudes econômicas
 - 4.7.1. Produto Interno Bruto e Índice Geral de Preços
 - 4.7.2. Renda e Investimento Público
 - 4.7.3. Macromagnitudes agrárias
- 4.8. Estrutura organizacional da empresa. Tipos de empresas
 - 4.8.1. Empresário individual (autônomo)
 - 4.8.2. Empresa sem personalidade jurídica
 - 4.8.3. Empresa com personalidade jurídica
 - 4.8.4. Responsabilidade social da empresa
 - 4.8.5. Ambiente jurídico e ambiente fiscal
- 4.9. Áreas funcionais da empresa
 - 4.9.1. O financiamento na empresa: fundos de terceiros e fundos próprios
 - 4.9.2. A produção na empresa
 - 4.9.3. Área de abastecimento e métodos de gestão de estoques
 - 4.9.4. Recursos humanos
- 4.10. Análise dos demonstrativos financeiros da empresa
 - 4.10.1. Análise patrimonial
 - 4.10.2. Análise financeira
 - 4.10.3. Análise econômica

Módulo 5. Alimentação e Saúde Pública

- 5.1. Nutrição humana e evolução histórica
 - 5.1.1. O fato natural e o fato cultural. Evolução biológica, manuseio e fabricação de ferramentas
 - 5.1.2. O uso de fogo, perfis de caçador e coletor. Carnívoro ou vegetariano
 - 5.1.3. Tecnologias biológicas, genéticas, químicas e mecânicas envolvidas na transformação e Conservação de alimentos

- 5.1.4. Alimentos na época romana
- 5.1.5. Influência da descoberta da América
- 5.1.6. Alimentação em países desenvolvidos
 - 5.1.6.1. Cadeias e redes de distribuição de alimentos
 - 5.1.6.2. A "Rede" comércio global e pequeno comércio
- 5.2. Significado sociocultural dos alimentos
 - 5.2.1. Alimentação e comunicação social. Relações sociais e relações individuais
 - 5.2.2. Expressões emocionais dos alimentos. Festas e comemorações
 - 5.2.3. Relações entre dietas e preceitos religiosos. Alimentos e cristianismo, hinduísmo, budismo, judaísmo, islamismo
 - 5.2.4. Alimentos naturais, ecológicos e biológicos
 - 5.2.5. Tipologia de dietas: dieta normal, dietas de emagrecimento, dietas de cura, dietas mágicas e dietas absurdas
 - 5.2.6. Realidade e percepção dos alimentos. Protocolo para refeições familiares e institucionais
- 5.3. Comunicação e comportamento de alimentos
 - 5.3.1. Mídia escrita: revistas especializadas. Revistas populares e revistas profissionais
 - 5.3.2. Meios audiovisuais: rádio, televisão, internet. Os envases. Publicidade
 - 5.3.3. Comportamento alimentar. Motivação e ingestão
 - 5.3.4. Rotulagem e consumo de alimentos. Desenvolvimento de gostos e aversões
 - 5.3.5. Fontes de variação nas preferências e atitudes alimentares
- 5.4. Conceito de saúde e doença e epidemiologia
 - 5.4.1. Promoção da saúde e prevenção da doença
 - 5.4.2. Níveis de prevenção. Lei de Saúde Pública
 - 5.4.3. Características dos alimentos. Alimentos como veículos de doenças
 - 5.4.4. Métodos epidemiológicos: descritivo, analítico, experimental, preditivo
- 5.5. Importância sanitária, social e econômica das zoonoses
 - 5.5.1. Classificação de zoonoses
 - 5.5.2. Fatores
 - 5.5.3. Critérios de avaliação
 - 5.5.4. Planos de luta
- 5.6. Epidemiologia e prevenção das doenças transmitidas por carnes e pescados e seus respectivos derivados
 - 5.6.1. Introdução. Fatores epidemiológicos das doenças transmitidas pela carne
 - 5.6.2. Doenças por consumo
 - 5.6.3. Medidas preventivas para doenças transmitidas por produtos cárneos
 - 5.6.4. Introdução. Fatores epidemiológicos de doenças transmitidas por pescados
 - 5.6.5. Doenças por consumo
 - 5.6.6. Prevenção
- 5.7. Epidemiologia e prevenção de doenças transmitidas por leite e derivados
 - 5.7.1. Introdução. Fatores epidemiológicos das doenças transmitidas pela carne
 - 5.7.2. Doenças por consumo
 - 5.7.3. Medidas preventivas para doenças transmitidas por produtos lácteos
- 5.8. Epidemiologia e prevenção das doenças transmitidas por produtos de panificação e confeitaria
 - 5.8.1. Introdução. Fatores epidemiológicos
 - 5.8.2. Doenças por consumo
 - 5.8.3. Prevenção
- 5.9. Epidemiologia e prevenção de doenças transmitidas por alimentos enlatados e semi-conservados, vegetais e cogumelos comestíveis
 - 5.9.1. Introdução. Fatores epidemiológicos de conservas e semi-conservas
 - 5.9.2. Doenças causadas pelo consumo de conservas e semiconservas
 - 5.9.3. Prevenção sanitária de doenças transmitidas por conservas e semi-conservas
 - 5.9.4. Introdução. Fatores epidemiológicos de hortaliças e cogumelos
 - 5.9.5. Doenças causadas pelo consumo de hortaliças e cogumelos
 - 5.9.6. Prevenção sanitária de doenças transmitidas por hortaliças e cogumelos
- 5.10. Problemas de saúde derivados do uso de aditivos, origem de intoxicação de alimentos
 - 5.10.1. Toxinas que ocorrem naturalmente nos alimentos
 - 5.10.2. Tóxico devido ao manuseio incorreto
 - 5.10.3. Uso de aditivos alimentares

Módulo 6. Indústria de Alimentos

- 6.1. Cereais e produtos derivados I
 - 6.1.1. Cereais: produção e consumo
 - 6.1.1.1. Classificação dos cereais
 - 6.1.1.2. Estado atual da pesquisa e situação industrial
 - 6.1.2. Noções básicas sobre grãos de cereais
 - 6.1.2.1. Métodos e equipamentos para caracterização de farinhas e massas de pão
 - 6.1.2.2. Propriedades reológicas durante a mistura, fermentação e cozimento
 - 6.1.3. Produtos de cereais: ingredientes, aditivos e adjuvantes. Classificação e efeitos
- 6.2. Cereais e produtos derivados II
 - 6.2.1. Processo de panificação: etapas, mudanças e equipamentos usados
 - 6.2.2. Caracterização instrumental, sensorial e nutricional de produtos derivados de cereais
 - 6.2.3. Aplicação do frio na panificação. Pães pré-cozidos congelados. Processo e qualidade do produto
 - 6.2.4. Produtos sem glúten derivados de cereais. Formulação, processo e características de qualidade
 - 6.2.5. Massas alimentares. Ingredientes e processo. Tipos de massa
 - 6.2.6. Inovação em produtos de panificação. Tendências no design de produtos
- 6.3. Leite e produtos lácteos. Ovos e derivados de ovos I
 - 6.3.1. Qualidade higiênico-sanitária do leite
 - 6.3.1.1. Origem e níveis de contaminação. Microbiota inicial e contaminante
 - 6.3.1.2. Presença de contaminantes químicos: resíduos e contaminantes
 - 6.3.1.3. Influência da higiene na cadeia de produção e comercialização do leite
 - 6.3.2. Produção de leite. Síntese do leite
 - 6.3.2.1. Fatores que influenciam a composição do leite: extrínsecos e intrínsecos
 - 6.3.2.2. Ordenha: boas práticas do processo
 - 6.3.3. Tratamentos prévios do leite na fazenda: filtração, resfriamento e métodos alternativos de conservação
 - 6.3.4. Tratamentos na indústria de laticínios: clarificação e bactofugação, desnatação, padronização, homogeneização, desaeração, pasteurização, definição, procedimentos, temperaturas de tratamento e fatores limitantes
 - 6.3.4.1. Tipos de pasteurizadores. Embalagem. Controle de qualidade. Esterilização. Definição
 - 6.3.4.2. Métodos: convencional, UHT, outros sistemas. Embalagem. Controle de qualidade. Defeitos de fabricação
 - 6.3.4.3. Tipos de leite pasteurizado e esterilizado. Seleção de leite. Smoothies e leites aromatizados. Processo de mistura. Leites enriquecidos. Processo de enriquecimento
 - 6.3.4.4. Leite evaporado. Leite condensado
 - 6.3.5. Sistemas de conservação e embalagem
 - 6.3.6. Controle de qualidade do leite em pó
 - 6.3.7. Sistemas de embalagem de leite e controle de qualidade
- 6.4. Leite e Produtos Lácteos. Ovos e seus Derivados I
 - 6.4.1. Derivados Lácteos. Cremes e Manteigas
 - 6.4.2. Processo de Fabricação. Métodos Contínuos de Produção. Embalagem e Conservação. Defeitos de Fabricação e Alterações
 - 6.4.3. Leites Fermentados: Iogurte. Tratamentos preparatórios do leite. Processos e Sistemas de Fabricação
 - 6.4.3.1. Tipos de iogurte. Problemas na fabricação. Controle de qualidade
 - 6.4.3.2. Produtos orgânicos e outros leites acidófilos
 - 6.4.4. Tecnologia de fabricação de queijo: tratamentos preparatórios do leite
 - 6.4.4.1. Obtenção de coalhada: sinérese. Prensagem. Salga
 - 6.4.4.2. Atividade de água no queijo. Controle e conservação da salmoura
 - 6.4.4.3. Maturação do queijo: agentes envolvidos. Fatores que determinam a maturação. Efeitos da biota contaminante
 - 6.4.4.4. Problemas toxicológicos do queijo
 - 6.4.5. Aditivos e tratamentos antifúngicos
 - 6.4.6. Sorvetes. Características. Tipos de sorvetes. Processo de fabricação

- 6.4.7. Ovos e derivados de ovos
 - 6.4.7.1. Ovo fresco: tratamento do ovo fresco como matéria-prima para a fabricação de derivados
 - 6.4.7.2. Derivados de ovos: líquidos, congelados e desidratados
- 6.5. Produtos vegetais I
 - 6.5.1. Fisiologia e tecnologia pós-colheita. Introdução
 - 6.5.2. Produção de frutas e vegetais, a necessidade de preservação pós-colheita
 - 6.5.3. Respiração: metabolismo respiratório e sua influência na conservação e deterioração pós-colheita de vegetais.
 - 6.5.4. Etileno: síntese e metabolismo. Envolvimento do etileno na regulação do amadurecimento dos frutos
 - 6.5.5. Amadurecimento da fruta: o processo de amadurecimento, generalidades e seu controle
 - 6.5.5.1. Amadurecimento climatérico e não climatérico
 - 6.5.5.2. Mudanças na composição: mudanças fisiológicas e bioquímicas durante o amadurecimento e a conservação de frutas e vegetais
- 6.6. Produtos vegetais II
 - 6.6.1. Princípio da conservação de frutos e vegetais por meio do controle de gases ambientais. Modo de ação e suas aplicações na conservação de frutas y vegetais
 - 6.6.2. Conservação refrigerada. Controle de temperatura na conservação de frutos e legumes
 - 6.6.2.1. Métodos e aplicações tecnológicas
 - 6.6.2.2. Danos causados pelo frio e seu controle
 - 6.6.3. Transpiração: controle da perda de água na preservação de frutos e vegetais
 - 6.6.3.1. Princípios físicos. Sistemas de controle
 - 6.6.4. Patologia pós-colheita: principais deteriorações e podridões durante a conservação de frutos e vegetais. Sistema e métodos de controle
 - 6.6.5. Vegetais processados
 - 6.6.5.1. Fisiologia de produtos vegetais: tecnologias de manuseio e conservação
- 6.7. Produtos vegetais III
 - 6.7.1. Enlatamento de vegetais: visão geral de uma linha típica de enlatamento de vegetais
 - 6.7.1.1. Exemplos dos principais tipos de legumes e verduras em conserva
 - 6.7.1.2. Novos produtos de origem vegetal: sopas frias
 - 6.7.1.3. Visão geral de uma linha típica de embalagem de frutos
 - 6.7.2. Processamento de sucos e néctares: extração e processamento de sucos
 - 6.7.2.1. Sistemas de processamento, armazenamento e embalagem assépticos
 - 6.7.2.2. Exemplos de linhas de produção dos principais tipos de sucos
 - 6.7.2.3. Produção e conservação de produtos semifinalizados: produtos cremosos
 - 6.7.3. Produção de geleias, compotas e marmeladas processo de produção e embalagem.
 - 6.7.3.1. Exemplos de linhas de produção, características
 - 6.7.3.2. Aditivos usados na fabricação de compotas e geleias
- 6.8. Bebidas alcoólicas e óleos
 - 6.8.1. Bebidas alcoólicas: vinho. Processo de fabricação
 - 6.8.1.1. Cerveja: processo de fabricação. Tipos
 - 6.8.1.2. Destilados e licores: processos de produção e tipos
 - 6.8.2. Óleos e gorduras: introdução
 - 6.8.2.1. Azeite de oliva: sistema de extração de azeite de oliva
 - 6.8.2.2. Óleos de sementes oleaginosas. Extração
 - 6.8.3. Gorduras de origem animal: refinamento de gorduras, óleos
- 6.9. Carne e produtos cárneos
 - 6.9.1. Indústria de carnes: produção e consumo
 - 6.9.2. Classificação e propriedades funcionais das proteínas musculares: proteínas miofibrilares, sarcoplasmáticas e estromais
 - 6.9.2.1. Conversão de músculo em carne: síndrome do estresse suíno
 - 6.9.3. Maturação da carne. Fatores que afetam a qualidade da carne para consumo direto e a industrialização
 - 6.9.4. Química de cura: ingredientes, aditivos e auxiliares de cura
 - 6.9.4.1. Processos de cura industrial: processos de cura seca e úmida
 - 6.9.4.2. Alternativas ao nitrito

- 6.9.5. Produtos cárneos crus e crus marinados: noções básicas e problemas de conservação. Características das matérias-primas
 - 6.9.5.1. Tipos de produtos. Operações de fabricação
 - 6.9.5.2. Alterações e defeitos
- 6.9.6. Embutidos e presuntos cozidos: princípios básicos da preparação de emulsões de carne. Características e seleção das matérias primas
 - 6.9.6.1. Operações de fabricação tecnológica. Sistemas industriais
 - 6.9.6.2. Alterações e defeitos
- 6.10. Peixes e frutos do mar
 - 6.10.1. Peixes e frutos do mar. Características de interesse tecnológico
 - 6.10.2. Principais equipamentos industriais de pesca e mariscagem
 - 6.10.2.1. Operações unitárias na tecnologia de peixes
 - 6.10.2.2. Conservação de peixes a frio
 - 6.10.3. Salga, em conserva, desidratação e defumação: aspectos tecnológicos da fabricação
 - 6.10.3.1. Características do produto final. Performance
 - 6.10.4. Comercialização

Módulo 7. Higiene e Segurança Alimentar

- 7.1. Introdução à segurança de alimentos
 - 7.1.1. Conceito de higiene e segurança alimentar
 - 7.1.1.1. Evolução histórica Importância atual
 - 7.1.1.2. Objetivos e estratégias em políticas de segurança alimentar globais
 - 7.1.2. Programas específicos de garantia da qualidade alimentar
 - 7.1.3. A segurança alimentar no nível do consumidor
 - 7.1.4. Rastreabilidade Conceito e aplicação na indústria alimentícia
- 7.2. Sistemas de autocontrole no setor alimentício
 - 7.2.1. Planos gerais de higiene (PGH)
 - 7.2.1.1. Objetivos e importância atual
 - 7.2.1.2. Princípios básicos e bases para sua implementação nas empresas alimentícias
 - 7.2.2. Manipulação de alimentos
 - 7.2.3. Medidas preventivas e higiene dos processos na Indústria Alimentícia e na restauração
- 7.3. Sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC)
 - 7.3.1. Princípios gerais do sistema APPCC
 - 7.3.2. Design e verificação do diagrama de fluxo
 - 7.3.3. Sistemas de avaliação de riscos e sistemas de avaliação de perigos
 - 7.3.4. Implementação de sistemas de controle, limites críticos, medidas corretivas e sistemas de verificação
 - 7.3.5. Desenvolvimento de um quadro de gestão e sua aplicação na Indústria Alimentícia
- 7.4. Planos específicos na Indústria Alimentícia
 - 7.4.1. Plano de formação de manipuladores
 - 7.4.1.1. Execução do plano de formação. Tipos de atividades de capacitação
 - 7.4.1.2. Metodologia da formação
 - 7.4.1.3. Acompanhamento, vigilância e medidas corretivas
 - 7.4.1.4. Verificação do plano
 - 7.4.2. Plano de homologação de fornecedores
 - 7.4.2.1. Procedimentos de controle, verificação e ações corretivas de um plano de homologação
 - 7.4.2.2. Higiene do transporte de mercadorias
 - 7.4.2.3. Padrões de higiene na recepção de alimentos frescos, manufaturados, não perecíveis, embalados e outros
 - 7.4.3. Plano de limpeza e desinfecção (L + D)
 - 7.4.3.1. Os biofilmes e sua repercussão na segurança alimentar
 - 7.4.3.2. Métodos de limpeza e desinfecção
 - 7.4.3.3. Tipos de detergentes e desinfecção
 - 7.4.3.4. Sistemas de controle e verificação do plano de limpeza e desinfecção
- 7.5. A rastreabilidade na Indústria Alimentícia
 - 7.5.1. Introdução à rastreabilidade
 - 7.5.1.1. Antecedentes do sistema de rastreabilidade
 - 7.5.1.2. Conceito de rastreabilidade
 - 7.5.1.3. Tipos de rastreabilidade
 - 7.5.1.4. Vantagens da rastreabilidade
 - 7.5.2. Implementação do plano de rastreabilidade
 - 7.5.2.1. Introdução
 - 7.5.2.2. Etapas anteriores

- 7.5.2.3. Plano de rastreabilidade
- 7.5.2.4. Sistema de identificação do produto
- 7.5.2.5. Métodos de verificação do sistema
- 7.5.3. Ferramentas de identificação do produto
 - 7.5.3.1. Ferramentas manuais
 - 7.5.3.2. Ferramentas automatizadas
 - 7.5.3.2.1. Código de barras EAN
 - 7.5.3.2.2. RFID// EPC
- 7.5.4. Registros
 - 7.5.4.1. Registro de identificação de matérias-primas e outros materiais
 - 7.5.4.2. Registro de processamento de alimentos
 - 7.5.4.3. Registro de identificação do produto final
 - 7.5.4.4. Registro dos resultados das verificações realizadas
 - 7.5.4.5. Período de manutenção de registros
- 7.5.5. Gestão de incidentes, recall e recuperação de produtos e reclamações de clientes
- 7.6. Armazenamento de mercadorias e controle de produto embalado
 - 7.6.1. Padrões de higiene do armazém seco de produtos
 - 7.6.2. Manutenção em quente: políticas de cozimento e reaquecimento e padrões de higiene
 - 7.6.3. Registros de validação dos sistemas de armazenamento e calibração de termômetros
 - 7.6.4. A embalagem de alimentos e sua aplicação na segurança alimentar
 - 7.6.4.1. Garantias sanitárias e durabilidade dos alimentos em condições ótimas conforme a tecnologia de embalagem
 - 7.6.4.2. Embalagens alimentares e contaminação ambiental
- 7.7. Técnicas analíticas e instrumentais no controle de qualidade de processos e produtos
 - 7.7.1. Laboratório alimentício
 - 7.7.2. Controle oficial da cadeia agroalimentar
 - 7.7.2.1. PNCPA para a cadeia agroalimentar
 - 7.7.2.2. Autoridades competentes
 - 7.7.3. Métodos de análise de alimentos
 - 7.7.3.1. Métodos de análise em cereais
 - 7.7.3.2. Métodos de análise de fertilizantes, resíduos de produtos fitossanitários e produtos veterinários
 - 7.7.3.3. Métodos de análise de produtos alimentícios
 - 7.7.3.4. Métodos de análise de produtos de carne
 - 7.7.3.5. Métodos de análise de óleos e gorduras
 - 7.7.3.6. Métodos de análise de produtos lácteos
 - 7.7.3.7. Métodos de análise de vinhos, sucos e mostos
 - 7.7.3.8. Métodos de análise de produtos da pesca
- 7.7.4. Técnicas de análise nutricional
 - 7.7.4.1. Determinação da proteínas
 - 7.7.4.2. Determinação de carboidratos
 - 7.7.4.3. Determinação de gorduras
 - 7.7.4.4. Determinação das cinzas
- 7.8. Gestão da segurança alimentar
 - 7.8.1. Princípios e gestão da segurança alimentar
 - 7.8.1.1. O conceito de perigo
 - 7.8.1.2. O conceito de risco
 - 7.8.1.3. Avaliação de riscos
 - 7.8.2. Perigos físicos
 - 7.8.2.1. Conceitos e considerações sobre os perigos físicos dos alimentos
 - 7.8.2.2. Métodos de controle de riscos físicos
 - 7.8.3. Perigos químicos
 - 7.8.3.1. Perigos químicos nos conceitos e considerações sobre alimentos
 - 7.8.3.2. Perigos químicos que ocorrem naturalmente nos alimentos
 - 7.8.3.3. Perigos associados a produtos químicos intencionalmente adicionados aos alimentos
 - 7.8.3.4. Perigos químicos acrescentados acidental ou involuntariamente
 - 7.8.3.5. Métodos de controle de riscos químicos
 - 7.8.3.6. Alérgenos em alimentos
 - 7.8.4. Conceitos e considerações sobre os riscos biológicos nos alimentos
 - 7.8.4.1. Riscos Microbianos
 - 7.8.4.2. Riscos biológicos não microbianos
 - 7.8.4.3. Métodos de controle de riscos biológicos
 - 7.8.5. Boas Práticas de Fabricação (BPF)
 - 7.8.5.1. Antecedentes
 - 7.8.5.2. Alcance
 - 7.8.5.3. BPF em um sistema de gestão de segurança

- 7.9. Validação de novos métodos e tecnologias
 - 7.9.1. Validação de processos e métodos
 - 7.9.1.1. Suporte documental
 - 7.9.1.2. Validação de técnicas analíticas
 - 7.9.1.3. Plano de amostragem de validação
 - 7.9.1.4. Viés e precisão do método
 - 7.9.1.5. Determinar a incerteza
 - 7.9.2. Métodos de validação
 - 7.9.2.1. Etapas de validação do método
 - 7.9.2.2. Tipos de processos de validação, abordagens
 - 7.9.2.3. Relatórios de validação, resumo dos dados obtidos
 - 7.9.3. Análise das causas
 - 7.9.3.1. Métodos qualitativos: árvores de causa-efeito e de causa-raiz
 - 7.9.3.2. Métodos quantitativos: Diagrama de Pareto e gráficos de dispersão
 - 7.9.4. Auditorias internas do sistema de autocontrole
 - 7.9.4.1. Auditores competentes
 - 7.9.4.2. Programa e plano de auditoria
 - 7.9.4.3. Alcance da auditoria
 - 7.9.4.4. Documentos de referência
 - 7.10. Manutenção da cadeia do frio
 - 7.10.1. A linha fria e sua repercussão na segurança alimentar
 - 7.10.2. Diretrizes em um serviço de restauração para o design, implementação e manutenção de um sistema APPCC na linha fria completa
 - 7.10.3. Identificação de perigos associados à linha fria
- Módulo 8. Gestão e Qualidade de Alimentos**
- 8.1. Segurança de alimentos e defesa do consumidor
 - 8.1.1. Definição e conceitos básicos
 - 8.1.2. Evolução da qualidade e segurança os alimentos
 - 8.1.3. Situação nos países em desenvolvimento e desenvolvidos
 - 8.1.4. Órgãos e autoridades chave para a segurança de alimentos: estruturas e funções
 - 8.1.5. Fraude de alimentos e boatos de alimentos: papel da mídia
 - 8.2. Instalações, locais e equipamentos
 - 8.2.1. Seleção do local: projeto e construção e materiais
 - 8.2.2. Plano de manutenção de locais, instalações e equipamentos
 - 8.2.3. Regulamentos aplicáveis
 - 8.3. Plano de limpeza e desinfecção (L + D)
 - 8.3.1. Componentes das sujidades
 - 8.3.2. Detergentes e desinfetantes: composição e funções
 - 8.3.3. Etapas de limpeza e desinfecção
 - 8.3.4. Programa de limpeza e desinfecção
 - 8.3.5. Regulamentação atual
 - 8.4. Controle de pragas
 - 8.4.1. Desratização e desinsetização (Plano D + D)
 - 8.4.2. Pragas associadas à cadeia de alimentos
 - 8.4.3. Medidas preventivas para o controle de pragas
 - 8.4.3.1. Armadilhas para mamíferos e insetos terrestres
 - 8.4.3.2. Armadilhas para insetos voadores
 - 8.5. Plano de Rastreabilidade e Boas Práticas de Fabricação (BPF)
 - 8.5.1. Estrutura de um plano de rastreabilidade
 - 8.5.2. Regulamentos atuais associados à rastreabilidade
 - 8.5.3. BPF associado ao processamento de alimentos
 - 8.5.3.1. Manipuladores de alimentos
 - 8.5.3.2. Requisitos que devem ser atendidos
 - 8.5.3.3. Planos de treinamento de higiene
 - 8.6. Elementos na gestão da segurança dos alimentos
 - 8.6.1. A água como elemento essencial na cadeia de alimentos
 - 8.6.2. Agentes biológicos e químicos associados à água
 - 8.6.3. Elementos quantificáveis na qualidade, segurança e uso da água
 - 8.6.4. Aprovação do fornecedor
 - 8.6.4.1. Plano de controle do fornecedor
 - 8.6.4.2. Regulamentação atual associada
 - 8.6.5. Rotulagem de alimentos
 - 8.6.5.1. Informação ao consumidor e rotulagem de alergênicos
 - 8.6.5.2. Rotulagem de Organismos Geneticamente Modificados

- 8.7. Crises de alimentos e políticas associadas
 - 8.7.1. Gatilhos de uma crise de alimentos
 - 8.7.2. Divulgação, gestão e resposta à crise de segurança dos alimentos
 - 8.7.3. Sistemas de comunicação de alerta
 - 8.7.4. Políticas e estratégias para melhorar a qualidade e a segurança dos alimentos
- 8.8. Desenho do plano APPCC
 - 8.8.1. Orientações gerais a seguir para a sua implementação: princípios em que se baseia e programa de pré-requisitos
 - 8.8.2. Compromisso da direção
 - 8.8.3. Configuração do equipamento APPCC
 - 8.8.4. Descrição do produto e identificação do uso pretendido
 - 8.8.5. Diagrama de fluxo
- 8.9. Desenvolvimento do plano APPCC
 - 8.9.1. Caracterização dos Pontos Críticos de Controle (PCC)
 - 8.9.2. Os sete princípios básicos do plano APPCC
 - 8.9.2.1. Identificação e análise de perigos
 - 8.9.2.2. Estabelecimento de medidas de controle contra perigos identificados
 - 8.9.2.3. Determinação de pontos críticos de controle (PCC)
 - 8.9.2.4. Caracterização de pontos críticos de controle
 - 8.9.2.5. Estabelecimento de limites críticos
 - 8.9.2.6. Determinação de ações corretivas
 - 8.9.2.7. Verificação do sistema APPCC
- 8.10. ISO 22000
 - 8.10.1. Princípios da ISO 22000
 - 8.10.2. Objetivo e área de aplicação
 - 8.10.3. Situação do mercado e posição em relação a outras normas aplicáveis na cadeia de alimentos
 - 8.10.4. Requisitos para sua aplicação
 - 8.10.5. Política de gestão da segurança de alimentos

Módulo 9. Avaliação da Segurança Alimentar

- 9.1. Avaliação da segurança alimentar
 - 9.1.1. Definição de termos. Principais conceitos relacionados
 - 9.1.2. Antecedentes históricos da segurança alimentar
 - 9.1.3. Organismos encarregados de gerenciar a segurança alimentar
- 9.2. Plano APPCC
 - 9.2.1. Requisitos prévios à sua implementação
 - 9.2.2. Componentes do sistema APPCC
 - 9.2.2.1. Análise dos perigos
 - 9.2.2.2. Identificação dos pontos críticos
 - 9.2.2.3. Especificação de critérios de controle Monitoração
 - 9.2.2.4. Medidas corretivas
 - 9.2.2.5. Verificação do plano
 - 9.2.2.6. Registro de dados
- 9.3. Higiene da carne e produtos cárneos
 - 9.3.1. Produtos cárneos frescos
 - 9.3.2. Produtos cárneos crus curados
 - 9.3.3. Produtos cárneos tratados pelo calor
 - 9.3.4. Aplicação de sistemas APPCC
- 9.4. Higiene do pescado e produtos derivados
 - 9.4.1. Pescados, moluscos e crustáceos
 - 9.4.2. Produtos da pesca transformados
 - 9.4.3. Aplicação de sistemas APPCC
- 9.5. Características higiênicas do leite e derivados lácteos
 - 9.5.1. Características higiênicas do leite cru e tratado termicamente
 - 9.5.2. Características higiênicas do leite concentrado e desidratado
 - 9.5.3. Características higiênicas de derivados lácteos
 - 9.5.4. Aplicação de sistemas APPCC
- 9.6. Características higiênicas de outros produtos de origem animal
 - 9.6.1. Ovos e derivados de ovos
 - 9.6.2. Mel
 - 9.6.3. Gordura e óleos
 - 9.6.4. Aplicação do sistema APPCC

- 9.7. Características higiênicas de frutas e hortaliças
 - 9.7.1. Frutas e hortaliças frescas, derivados de frutas e hortaliças
 - 9.7.2. Frutos secos
 - 9.7.3. Óleos vegetais
 - 9.7.4. Aplicação de sistemas APPCC
 - 9.8. Características higiênicas de leguminosas e cereais
 - 9.8.1. Leguminosas e cereais
 - 9.8.2. Produtos derivados das leguminosas: farinhas, pães, massas
 - 9.8.3. Aplicação de sistemas APPCC
 - 9.9. Características higiênicas de águas e bebidas
 - 9.9.1. Água potável e refrigerantes
 - 9.9.2. Bebidas estimulantes
 - 9.9.3. Bebidas alcoólicas
 - 9.9.4. Aplicação de sistemas APPCC
 - 9.10. Características higiênicas de outros produtos alimentícios
 - 9.10.1. Torrões
 - 9.10.2. Refeições prontas
 - 9.10.3. Alimentos destinados à população infantil
 - 9.10.4. Aplicação de sistemas APPCC
- Módulo 10. Marketing e Comportamento do Consumidor**
- 10.1. Conceito e função do Marketing na empresa
 - 10.1.1. Conceito e natureza do Marketing
 - 10.1.2. O processo de Marketing
 - 10.1.3. Mercados da empresa
 - 10.1.4. Evolução nas abordagens do negócio para o mercado
 - 10.1.5. Evolução e tendências atuais do Marketing
 - 10.2. O comportamento dos consumidores em relação aos alimentos
 - 10.2.1. Natureza e abrangência do estudo do comportamento do consumidor
 - 10.2.2. Fatores que influenciam o comportamento do consumidor
 - 10.2.3. Processo de decisão de compra
 - 10.2.4. O processo de compra organizacional
 - 10.3. A pesquisa do mercado de alimentos
 - 10.3.1. Conceito, objetivos e tipos de pesquisa em Marketing
 - 10.3.2. Fontes de informação em Marketing
 - 10.3.3. O processo de pesquisa comercial
 - 10.3.4. Instrumentos de pesquisa comercial
 - 10.3.5. Mercados e clientes: a segmentação
 - 10.4. As decisões de Marketing relacionadas aos alimentos como produtos comerciais
 - 10.4.1. Os alimentos como produtos, características e classificação
 - 10.4.2. Decisões sobre produtos alimentícios
 - 10.4.3. Decisões de marca
 - 10.5. Desenvolvimento e comercialização de novos alimentos
 - 10.5.1. Estratégia de desenvolvimento de novos produtos
 - 10.5.2. Etapas no desenvolvimento de novos produtos
 - 10.5.3. Gestão de um produto novo
 - 10.5.4. Políticas de Marketing no ciclo de vida do produto
 - 10.6. Administração e políticas de definição de preços
 - 10.6.1. Preços, introdução ao conceito
 - 10.6.2. Métodos de determinação de preços
 - 10.6.3. Estratégias de definição de preços para novos produtos
 - 10.6.4. Definição de preços para um mix/portfólio de produtos
 - 10.6.5. Estratégias de ajustes de preços
 - 10.7. A comunicação com o mercado
 - 10.7.1. A função das comunicações de Marketing
 - 10.7.2. Ferramentas de comunicação
 - 10.7.3. Desenvolvimento de uma comunicação eficaz
 - 10.7.4. Fatores para o estabelecimento do mix de comunicação
 - 10.8. A distribuição de alimentos
 - 10.8.1. Introdução
 - 10.8.2. Decisões relativas ao design do canal
 - 10.8.3. Decisões relativas à gestão do canal
 - 10.8.4. Integração e sistemas de canais
 - 10.8.5. Mudanças na organização do canal

- 10.9. Processo de decisão do consumidor
 - 10.9.1. Características do estímulo e do mercado e sua relação com a decisão do consumidor
 - 10.9.1.1 Decisão de compra extensiva, limitada e rotineira
 - 10.9.1.2. Decisões de compra de alta e baixa implicação
 - 10.9.1.3. A tipologia de compradores
 - 10.9.2. O reconhecimento do problema: conceito e fatores influentes
 - 10.9.3. A busca de informação: conceito, tipos, dimensões e fatores determinantes do processo de busca
 - 10.9.4. A avaliação da informação: os critérios de avaliação e as estratégias ou regras de decisão
 - 10.9.5. Aspectos gerais da escolha da marca
 - 10.9.5.1 A escolha do estabelecimento
 - 10.9.5.2. Os processos pós-compra
- 10.10. A dimensão social no processo de compra do consumidor
 - 10.10.1. A cultura e sua influência sobre os consumidores: dimensões, conceito e aspectos característicos da cultura
 - 10.10.2. O valor do consumo nas culturas ocidentais
 - 10.10.2.1. Os estratos sociais e o comportamento do consumidor: conceito, características e procedimentos de medição
 - 10.10.2.2. Os estilos de vida
 - 10.10.3. Os grupos: conceito, características e tipos de grupos
 - 10.10.3.1. A influência da família nas decisões de compra
 - 10.10.3.2. Tipos de decisões de compra em família e fatores que incidem no processo de decisão familiar
 - 10.10.3.3. O ciclo de vida familiar

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- 11.1. Globalização e Governança
 - 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
 - 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa
- 11.2. Liderança
 - 11.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
 - 11.2.2. Liderança nas Empresas
 - 11.2.3. A importância do líder na direção de empresas

- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
 - 11.3.3. Gestão de Diversidade
- 11.4. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 11.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
 - 11.4.2. Conceito de liderança
 - 11.4.3. Teorias de liderança
 - 11.4.4. Estilos de liderança
 - 11.4.5. Inteligência na liderança
 - 11.4.6. Os desafios da liderança atualmente
- 11.5. Ética empresarial
 - 11.5.1. Ética e moral
 - 11.5.2. Ética empresarial
 - 11.5.3. Liderança e ética nas empresas
- 11.6. Sustentabilidade
 - 11.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Empresas Sustentáveis
- 11.7. Responsabilidade Social da Empresa
 - 11.7.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
 - 11.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
 - 11.7.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável
 - 11.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
 - 11.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
 - 11.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
 - 11.8.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
- 11.9. Multinacionais e direitos humanos
 - 11.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 11.9.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
 - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

- 11.10. Entorno legal e *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
 - 11.10.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 11.10.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e de Talentos

- 12.1. Gestão estratégica de pessoas
 - 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
 - 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas
- 12.2. Gestão de recursos humanos por competências
 - 12.2.1. Análise do potencial
 - 12.2.2. Política de remuneração
 - 12.2.3. Planos de carreira/sucessão
- 12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho
 - 12.3.1. Gestão de desempenho
 - 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo
- 12.4. Inovação na gestão de talento e de pessoas
 - 12.4.1. Modelos de gestão de talento estratégico
 - 12.4.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
 - 12.4.3. Lealdade e retenção
 - 12.4.4. Proatividade e inovação
- 12.5. Motivação
 - 12.5.1. A natureza da motivação
 - 12.5.2. Teoria das expectativas
 - 12.5.3. Teorias de necessidades
 - 12.5.4. Motivação e compensação financeira
- 12.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
 - 12.6.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
 - 12.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho
- 12.7. Gestão de mudanças
 - 12.7.1. Gestão de mudanças
 - 12.7.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
 - 12.7.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças

- 12.8. Negociação e gestão de conflitos
 - 12.8.1. Negociação
 - 12.8.2. Gestão Conflitos
 - 12.8.3. Gestão de Crise
- 12.9. Comunicação gerencial
 - 12.9.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
 - 12.9.2. Departamento de Comunicação
 - 12.9.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)
- 12.10. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
 - 12.10.1. Produtividade
 - 12.10.2. Estratégias de atração e retenção de talentos

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- 13.1. Ambiente Econômico
 - 13.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
 - 13.1.2. Instituições financeiras
 - 13.1.3. Mercados financeiros
 - 13.1.4. Ativos financeiros
 - 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 13.2. Contabilidade Gerencial
 - 13.2.1. Conceitos básicos
 - 13.2.2. O Ativo da empresa
 - 13.2.3. O Passivo da empresa
 - 13.2.4. O Patrimônio Líquido da empresa
 - 13.2.5. A Demonstração de Resultados
- 13.3. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos e classificação
 - 13.3.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 13.3.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 13.4. Orçamento e Controle de Gestão
 - 13.4.1. O modelo orçamentário
 - 13.4.2. O orçamento de capital
 - 13.4.3. O orçamento operacional
 - 13.4.5. Orçamento de Tesouraria
 - 13.4.6. Controle orçamentário

- 13.5. Gestão Financeira
 - 13.5.1. As decisões financeiras da empresa
 - 13.5.2. O departamento financeiro
 - 13.5.3. Excedentes de tesouraria
 - 13.5.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 13.5.5. Gestão de riscos na direção financeira
- 13.6. Planejamento Financeiro
 - 13.6.1. Definição do planejamento financeiro
 - 13.6.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
 - 13.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
 - 13.6.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
 - 13.6.5. Demonstrativo de Capital Circulante
- 13.7. Estratégia Financeira Corporativa
 - 13.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
 - 13.7.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial
- 13.8. Financiamento Estratégico
 - 13.8.1. Autofinanciamento
 - 13.8.2. Aumento de fundos próprios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiamento por meio de intermediários
- 13.9. Análise e planejamento financeiro
 - 13.9.1. Análise de Balanço de Situação
 - 13.9.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
 - 13.9.3. Análise de Rentabilidade
- 13.10. Análise e resolução de casos/problemas
 - 13.10.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- 14.1. Gestão estratégica de Marketing
 - 14.1.1. Conceito de marketing estratégico
 - 14.1.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
 - 14.1.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- 14.2. Marketing digital e e-commerce
 - 14.2.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
 - 14.2.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
 - 14.2.3. Comércio eletrônico: contexto geral
 - 14.2.4. Categorias do comércio eletrônico
 - 14.2.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional
- 14.3. Marketing digital para fortalecer a marca
 - 14.3.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
 - 14.3.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.4. Marketing digital para atrair e reter clientes
 - 14.4.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
 - 14.4.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.4.3. Hipersegmentação
- 14.5. Gerenciamento de campanhas digitais
 - 14.5.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
 - 14.5.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
 - 14.5.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital
- 14.6. Estratégia de Vendas
 - 14.6.1. Estratégia de Vendas
 - 14.6.2. Métodos de Vendas
- 14.7. Comunicação Corporativa
 - 14.7.1. Conceito
 - 14.7.2. Importância da comunicação na organização
 - 14.7.3. Tipo de comunicação na organização
 - 14.7.4. Função da comunicação na organização
 - 14.7.5. Elementos da comunicação
 - 14.7.6. Problemas de comunicação
 - 14.7.7. Cenários da comunicação
- 14.8. Comunicação e reputação digital
 - 14.8.1. Reputação online
 - 14.8.2. Como medir a reputação digital?
 - 14.8.3. Ferramentas de reputação online
 - 14.8.4. Relatório de reputação online
 - 14.8.5. *Branding* online

Módulo 15. Gestão Executiva

- 15.1. Management
 - 15.1.1. Conceito de Geral Management
 - 15.1.2. A ação do gerente geral
 - 15.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 15.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 15.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 15.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
- 15.3. Gestão operacional
 - 15.3.1. Importância da gestão
 - 15.3.2. A cadeia de valor
 - 15.3.3. Gestão de Qualidade
- 15.4. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 15.4.1. Comunicação interpessoal
 - 15.4.2. Habilidades de comunicação e influencia
 - 15.4.3. Obstáculos à comunicação
- 15.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais
 - 15.5.1. A comunicação interpessoal
 - 15.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
 - 15.5.3. A comunicação na organização
 - 15.5.4. Ferramentas na organização
- 15.6. Comunicação em situações de crise
 - 15.6.1. Crise
 - 15.6.2. Fases da crise
 - 15.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 15.7. Preparando um plano de crise
 - 15.7.1. Análise de problemas potenciais
 - 15.7.2. Planejamento
 - 15.7.3. Adequação de pessoal
- 15.8. Inteligência emocional
 - 15.8.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 15.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 15.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional

- 15.9. Branding personal
 - 15.9.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 15.9.2. Leis de branding pessoal
 - 15.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 15.10. Liderança e gestão de equipes
 - 15.10.1. Liderança e estilos de liderança
 - 15.10.2. Competências e desafios do líder
 - 15.10.3. Gestão de processos de Mudança
 - 15.10.4. Gestão de Equipes Multiculturais

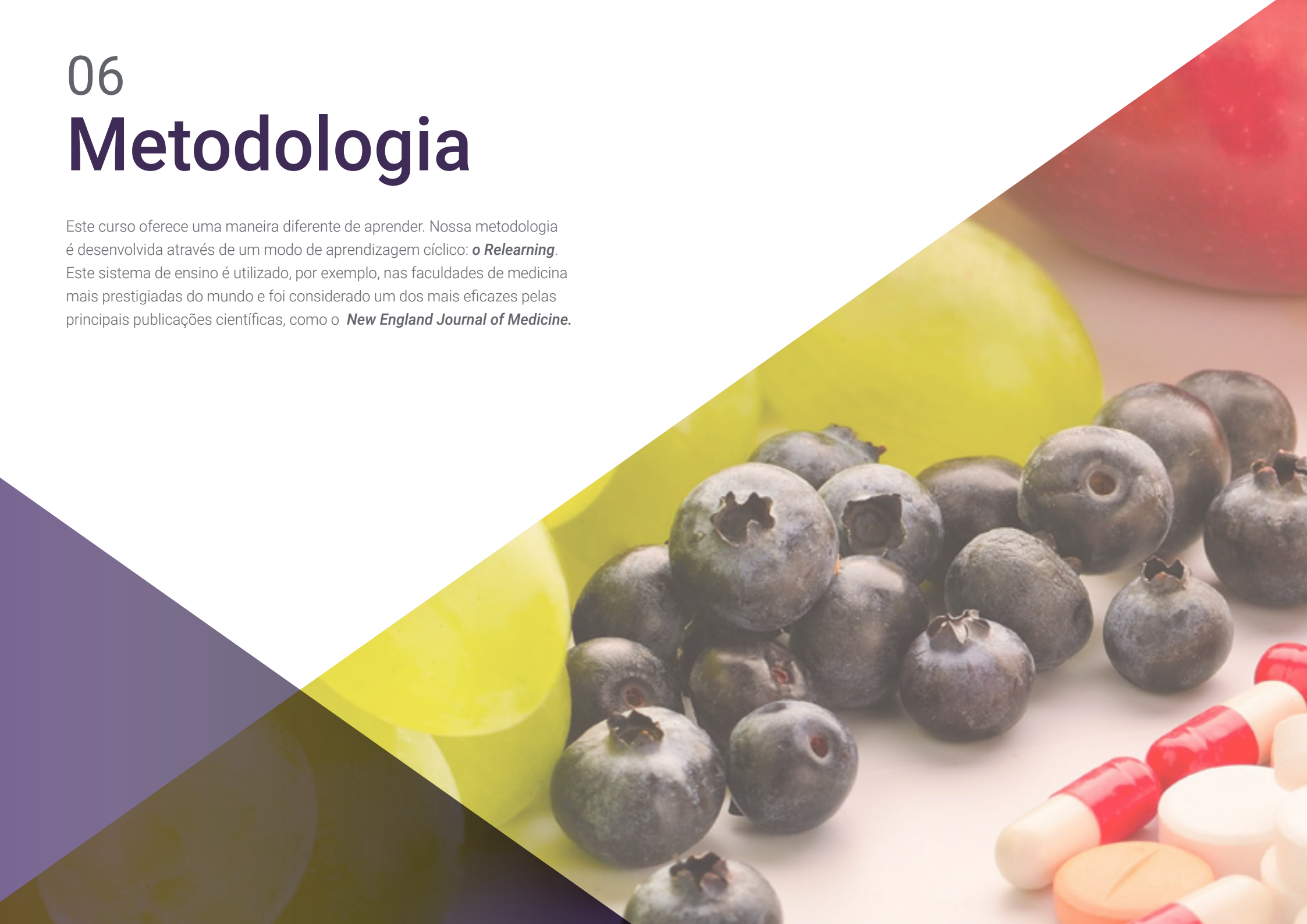


Um programa 100% online que apresentará as técnicas a serem utilizadas para compreender as decisões de compra das famílias”

06

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

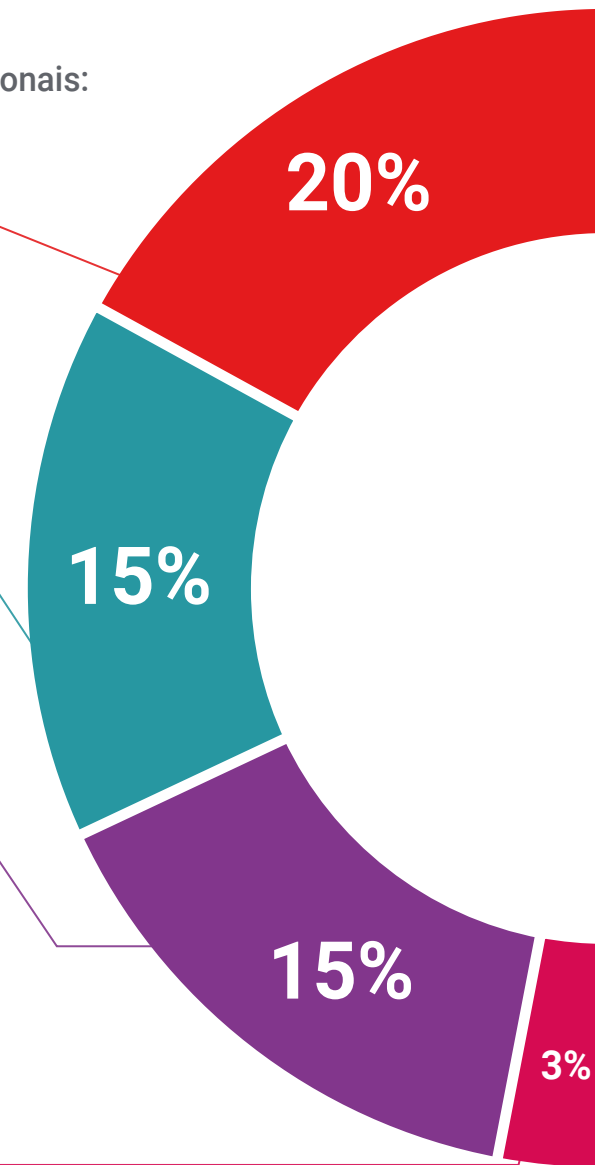
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

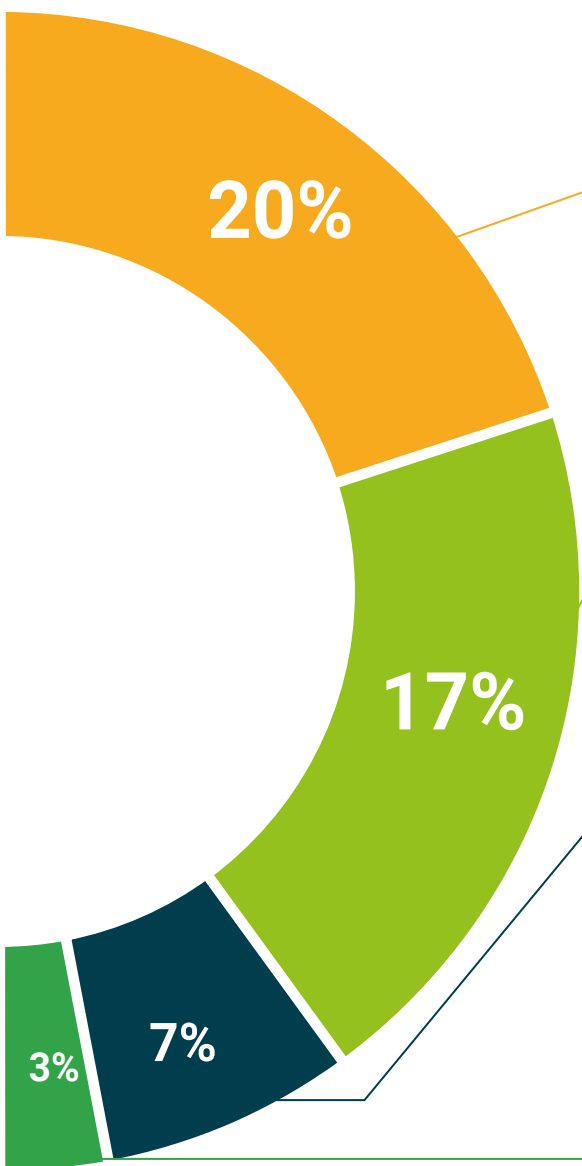
Este sistema único de capacitação através da apresentação de conteúdo multimídia, foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



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.





Estudos de casos elaborados e orientados por especialistas

A aprendizagem efetiva deve ser necessariamente contextual. Portanto, na TECH apresentaremos casos reais em que o especialista guiará o aluno através do desenvolvimento da atenção e da resolução de diferentes situações: uma forma clara e direta de alcançar o mais alto grau de compreensão.



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas. O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



Guias rápidos de ação

A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.



07

Certificado

O MBA em Gestão de Empresas de Alimentos garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas de Alimentos** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas de Alimentos**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

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

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio
MBA em Gestão de
Empresas de Alimentos

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de
Empresas de Alimentos

