

# Programa Avançado

Alta Gestão e Liderança  
no Setor de Alimentos



## Programa Avançado Alta Gestão e Liderança no Setor de Alimentos

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

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/nutricao/programa-avancado/programa-avancado-alta-gestao-lideranca-setor-alimentos](http://www.techtute.com/br/nutricao/programa-avancado/programa-avancado-alta-gestao-lideranca-setor-alimentos)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 12*

04

Metodologia

---

*pág. 18*

05

Certificado

---

*pág. 26*

# 01

# Apresentação

Grandes empresas, como Nestlé, Coca-cola, Kellogg's ou Hellman's, alcançaram o topo da indústria de alimentos e mantêm sua posição compreendendo o comportamento do consumidor e criando novos produtos de acordo com ele. Isso é complementado por estratégias eficazes de marketing e publicidade. No entanto, profissionais altamente qualificados nessa área e com habilidades gerenciais são essenciais em um setor altamente competitivo e em crescimento. Uma realidade que levou essa instituição a criar este programa, ministrado 100% online, que permitirá que o especialista conheça as ações necessárias para comercializar alimentos com sucesso.





“

*Este Programa Avançado fornece a você as informações mais recentes e inovadoras sobre a gestão e a direção bem-sucedidas de empresas de alimentos”*

Em um mundo globalizado, com o aumento da comercialização de produtos graças à Internet e à escassez de recursos, a indústria de alimentos se tornou ainda mais competitiva. Um panorama em que as estratégias de marketing continuam a dar um impulso importante e a condicionar tanto a escolha da marca quanto os hábitos alimentares da população.

Uma realidade na qual as grandes empresas mantêm um papel de liderança ao se adaptarem constantemente às tendências e gerarem novas necessidades dos consumidores. No entanto, por trás dessas ações, há pesquisa de mercado, planejamento e profissionais altamente qualificados com habilidades gerenciais. Nesse cenário, o profissional de nutrição tem o conhecimento tanto para fazer parte do setor quanto para poder empreender, se desejar, nesse campo. Um duplo aspecto que exige que os especialistas estejam cientes dos últimos avanços e é por isso que a TECH oferece este Programa Avançado de Alta Gestão e Liderança no Setor de Alimentos.

Para isso, há vídeos resumidos de cada tópico, vídeos detalhados, estudos de caso ou leituras complementares que permitirão que o aluno se aprofunde na tecnologia usada no setor, no gerenciamento de alimentos e nas medidas de controle, bem como nas principais estratégias de comunicação e marketing usadas para a comercialização de produtos nesse campo. Além disso, os estudos de caso, fornecidos pelos especialistas que compõem este curso, aproximarão os alunos de situações reais de grande utilidade prática em seu desempenho profissional.

Uma excelente oportunidade oferecida por esta instituição acadêmica para os nutricionistas que desejam cursar um Programa Avançado de forma conveniente, quando e onde quiserem. Tudo o que estudante precisa é de um computador ou tablet com conexão à Internet para ter acesso ao conteúdo oferecido na plataforma virtual. O programa, além disso, permite que as horas de estudos sejam distribuídas de acordo com as necessidades do aluno. O profissional está, portanto, diante de uma educação que está na vanguarda acadêmica e é compatível com as responsabilidades mais exigentes.

Este **Programa Avançado de Alta Gestão e Liderança no Setor 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 extremamente útil fornece informações científicas e práticas sobre aquelas disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- Exercícios práticos onde 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



*Este programa conduzirá você através de uma jornada pela alimentação contemporânea e pelo surgimento da alimentação em massa e do fast food"*

“ Este programa universitário apresentará a você as mais recentes estratégias de marketing usadas na escolha da marca”

Uma capacitação que lhe ensinará as mais recentes técnicas de pesquisa de mercado usadas pelas principais empresas de alimentos para entender as escolhas dos consumidores.

Em 6 meses, você pode estudar confortavelmente as questões mais relevantes de Alta Gestão e Liderança no Setor de Alimentos em seu computador ou tablet.

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



# 02 Objetivos

A TECH oferece a todos os seus alunos uma educação de qualidade, fornecendo a eles as ferramentas de ensino mais atualizadas e o conteúdo mais avançado em cada área. Nesta ocasião, o programa oferece as informações mais relevantes sobre Alta Gestão e Liderança no Setor de Alimentos. Assim, ao final do programa de 6 meses, o especialista terá obtido as informações mais decisivas para o projeto, a organização e a gestão dos diferentes serviços de alimentação.





“

*Este Programa Avançado fornece a você as mais recentes técnicas de comunicação e publicidade usadas para influenciar a escolha de determinados alimentos”*



## Objetivos gerais

---

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





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Alimentos, tecnologia e cultura

- ♦ Analisar a evolução histórico-cultural do processamento e do consumo de alimentos ou grupos de alimentos específicos
- ♦ Relacionar os avanços no conhecimento científico e técnico dos gêneros alimentícios ao progresso cultural e tecnológico
- ♦ Identificar os fatores que influenciam a escolha e a aceitabilidade dos alimentos
- ♦ Diferenciar as características essenciais dos alimentos e os ramos da indústria
- ♦ de alimentos no contexto da alimentação atual

### Módulo 2. Qualidade e Gestão de Alimentos

- ♦ Projetar e avaliar ferramentas que permitam a Gestão da Segurança dos Alimentos ao longo de toda a cadeia, de forma a proteger a saúde pública
- ♦ Identificar e interpretar os requisitos da norma de gestão da segurança de alimentos (ISO 22000) para a sua posterior aplicação e avaliação nos operadores da cadeia de alimentos
- ♦ 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 3. O marketing e o comportamento do consumidor

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



*Resumos em vídeo, vídeos detalhados e leituras adicionais aproximarão você dos mais recentes requisitos de controle de qualidade para empresas do setor de alimentos"*

# 03

## Estrutura e conteúdo

A transformação pela qual a indústria de alimentos passou foi impulsionada principalmente pelo estudo e aprimoramento da escolha do produto pelo próprio consumidor. Conhecimento fundamental na gestão de tais empresas. Por esse motivo, este programa oferece ao profissional de nutrição as informações mais relevantes sobre a tecnologia utilizada no setor, a influência sociocultural nos alimentos, as medidas de segurança no setor e as principais estratégias de marketing utilizadas. Tudo isso através de um conteúdo multimídia inovador que o aluno poderá acessar 24 horas por dia, a partir de qualquer dispositivo eletrônico com conexão à Internet.





“

*A equipe de especialistas que compõe este programa oferece as ferramentas didáticas e os estudos de caso que você precisa para ficar por dentro do desenvolvimento de novos produtos”*

## Módulo 1. Alimentos, tecnologia e cultura

- 1.1. Introdução à cultura de alimentos
  - 1.1.1. Alimentação e nutrição: o homem como um animal onívoro
  - 1.1.2. Conceito de cultura e comportamento alimentar
  - 1.1.3. Nutrição humana em diferentes tipos de sociedades
  - 1.1.4. Conceito de adaptação alimentar: exemplos de adaptação alimentar
- 1.2. Fatores condicionantes da ingestão
  - 1.2.1. Significado. Ideológicas dos alimentos
  - 1.2.2. Dieta e gênero
  - 1.2.3. Padrões de comensalidade em diferentes culturas: produção, consumo e comportamento
- 1.3. Religião e alimentação
  - 1.3.1. Alimentos permitidos e proibidos
  - 1.3.2. Relação entre alimentos e rituais religiosos
  - 1.3.3. Práticas e comportamentos alimentares relacionados à religião
- 1.4. Base histórica da alimentação
  - 1.4.1. Principais mudanças na dieta humana em diferentes estágios da história
  - 1.4.2. Pré-história
  - 1.4.3. Idade Antiga
  - 1.4.4. Idade Média
  - 1.4.5. Impacto da descoberta da América sobre a alimentação europeia e o Novo Mundo
  - 1.4.6. Idade Moderna
- 1.5. Avanços científicos e alimentos
  - 1.5.1. Revoluções industriais
  - 1.5.2. Impacto das descobertas científicas e dos desenvolvimentos tecnológicos na alimentação
- 1.6. Alimentação contemporânea I
  - 1.6.1. Fatores socioeconômicos e demográficos que influenciam as dietas atuais
  - 1.6.2. Alimentos e imigração
  - 1.6.3. O homem e a abundância no mundo, mitos e realidades
- 1.7. Alimentação contemporânea II
  - 1.7.1. Novas tendências em alimentação
  - 1.7.2. O aumento dos serviços de bufê em massa e do fast food
  - 1.7.3. Interesse em dieta e saúde

- 1.8. Aceitabilidade dos alimentos
  - 1.8.1. Condições fisiológicas e psicológicas
  - 1.8.2. Conceito de qualidade alimentar
  - 1.8.3. Avaliação da aceitabilidade dos alimentos
- 1.9. Técnicas de comunicação
  - 1.9.1. Marketing de alimentos
  - 1.9.2. Elementos do marketing
  - 1.9.3. Recursos de publicidade sobre alimentos
  - 1.9.4. Influência da publicidade no comportamento alimentar
- 1.10. Fatores socioculturais da alimentação
  - 1.10.1. Relações sociais
  - 1.10.2. Expressão de sentimentos, prestígio e poder
  - 1.10.3. Grupos sociais neolíticos e paleolíticos

## Módulo 2. Qualidade e gestão de alimentos

- 2.1. Segurança de alimentos e defesa do consumidor
  - 2.1.1. Definição e conceitos básicos
  - 2.1.2. Evolução da qualidade e segurança os alimentos
  - 2.1.3. Situação nos países em desenvolvimento e desenvolvidos
  - 2.1.4. Órgãos e autoridades chave para a segurança de alimentos: estruturas e funções
  - 2.1.5. Fraude de alimentos e boatos sobre alimentos: papel da mídia
- 2.2. Instalações, locais e equipamentos
  - 2.2.1. Seleção do local: projeto e construção e materiais
  - 2.2.2. Plano de manutenção de locais, instalações e equipamentos
  - 2.2.3. Regulamentos aplicáveis
- 2.3. Plano de limpeza e desinfecção (L+D)
  - 2.3.1. Componentes das sujidades
  - 2.3.2. Detergentes e desinfetantes: composição e funções
  - 2.3.3. Etapas de limpeza e desinfecção
  - 2.3.4. Programa de limpeza e desinfecção
  - 2.3.5. Regulamentação atual

- 2.4. Controle de pragas
  - 2.4.1. Desratização e desinsetização (Plano D + D)
  - 2.4.2. Pragas associadas à cadeia de alimentos
  - 2.4.3. Medidas preventivas para o controle de pragas
    - 2.4.3.1. Armadilhas para mamíferos e insetos terrestres
    - 2.4.3.2. Armadilhas para insetos voadores
- 2.5. Plano de Rastreabilidade e Boas Práticas de Fabricação (BPF)
  - 2.5.1. Estrutura de um plano de rastreabilidade
  - 2.5.2. Regulamentos atuais associados à rastreabilidade
  - 2.5.3. BPF associado ao processamento de alimentos
    - 2.5.3.1. Manipuladores de alimentos
    - 2.5.3.2. Requisitos que devem ser atendidos
    - 2.5.3.4. Planos de treinamento de higiene
- 2.6. Elementos na gestão da segurança dos alimentos
  - 2.6.1. A água como elemento essencial na cadeia de alimentos
  - 2.6.2. Agentes biológicos e químicos associados à água
  - 2.6.3. Elementos quantificáveis na qualidade, segurança e uso da água
  - 2.6.4. Aprovação do fornecedor
    - 2.6.4.1. Plano de controle do fornecedor
    - 2.6.4.2. Regulamentação atual associada
  - 2.6.5. Rotulagem de alimentos
    - 2.6.5.1. Informações ao consumidor e rotulagem de alergênicos
    - 2.6.5.2. Rotulagem de Organismos Geneticamente Modificados
- 2.7. Crises de alimentos e políticas associadas
  - 2.7.1. Gatilhos de uma crise de alimentos
  - 2.7.2. Divulgação, gestão e resposta à crise de segurança dos alimentos
  - 2.7.3. Sistemas de comunicação de alerta
  - 2.7.4. Políticas e estratégias para melhorar a qualidade e a segurança dos alimentos
- 2.8. Desenho do plano APPCC
  - 2.8.1. Passos a serem tomados para a implementação: Princípios básicos e programa de pré-requisitos
  - 2.8.2. Compromisso da direção
  - 2.8.3. Configuração do equipamento APPCC
  - 2.8.4. Descrição do produto e identificação do uso pretendido
  - 2.8.5. Diagrama de fluxo
- 2.9. Desenvolvimento do plano APPCC
  - 2.9.1. Caracterização dos Pontos Críticos de Controle (PCC)
  - 2.9.2. Os sete princípios básicos do plano APPCC
    - 2.9.2.1. Identificação e análise de perigos
    - 2.9.2.2. Estabelecimento de medidas de controle contra perigos identificados
    - 2.9.2.3. Determinação de pontos críticos de controle (PCC)
    - 2.9.2.4. Caracterização de pontos críticos de controle
    - 2.9.2.5. Estabelecimento de limites críticos
    - 2.9.2.6. Determinação de ações corretivas
    - 2.9.2.7. Verificação do sistema APPCC
- 2.10. ISO 22000
  - 2.10.1. Princípios da ISO 22000
  - 2.10.2. Objetivo e área de aplicação
  - 2.10.3. Situação do mercado e posição em relação a outras normas aplicáveis na cadeia de alimentos
  - 2.10.4. Requisitos para sua aplicação
  - 2.10.5. Política de gestão da segurança de alimentos

### Módulo 3. O marketing e o comportamento do consumidor

- 3.1. Conceito e função do marketing nos negócios
  - 3.1.1. Conceito e natureza do marketing
  - 3.1.2. O processo de marketing
  - 3.1.3. Mercados da empresa
  - 3.1.4. Evolução das abordagens de negócios para o mercado
  - 3.1.5. Evolução e tendências atuais em marketing
- 3.2. Comportamento do consumidor em relação aos alimentos
  - 3.2.1. Natureza e escopo do estudo do comportamento do consumidor
  - 3.2.2. Fatores que influenciam o comportamento do consumidor
  - 3.2.3. Processo de decisão de compra
  - 3.2.4. O processo de compra organizacional
- 3.3. Pesquisa de mercado de alimentos
  - 3.3.1. Conceito, objetivos e tipos de pesquisa de marketing
  - 3.3.2. Fontes de informação em marketing
  - 3.3.3. O processo da pesquisa comercial
  - 3.3.4. Instrumentos de pesquisa comercial
  - 3.3.5. Mercados e clientes: segmentação
- 3.4. Decisões de marketing relacionadas a alimentos como uma mercadoria comercial
  - 3.4.1. Alimentos como mercadoria, características e classificação
  - 3.4.2. Decisões sobre gêneros alimentícios
  - 3.4.3. Decisões sobre a marca
- 3.5. Desenvolvimento e comercialização de novos alimentos
  - 3.5.1. Estratégias de desenvolvimento de novos produtos
  - 3.5.2. Etapas no desenvolvimento de novos produtos
  - 3.5.3. Gestão de um novo produto
  - 3.5.4. Políticas de marketing no ciclo de vida do produto
- 3.6. Políticas de administração e preços
  - 3.6.1. Preços, abordagem do conceito
  - 3.6.2. Métodos de determinação de preços
  - 3.6.3. Estratégias de preços para novos produtos
  - 3.6.4. Precificação de um mix/portfólio de produtos
  - 3.6.5. Estratégias de ajuste de preços
- 3.7. Comunicação com o mercado
  - 3.7.1. O papel das comunicações de marketing
  - 3.7.2. Ferramentas de comunicação
  - 3.7.3. Desenvolvimento de uma comunicação eficaz
  - 3.7.4. Fatores para estabelecer o mix de comunicação
- 3.8. Distribuição de alimentos
  - 3.8.1. Introdução
  - 3.8.2. Decisões sobre o projeto do canal
  - 3.8.3. Decisões sobre a gestão do canal
  - 3.8.4. Integração e sistemas de canais
  - 3.8.5. Mudanças na organização do canal
- 3.9. Processo de decisão do consumidor
  - 3.9.1. Características do estímulo e do mercado e sua relação com a escolha do consumidor
    - 3.9.1.1. Decisão de compra extensa, limitada e rotineira
    - 3.9.1.2. Decisões de compra de alto envolvimento e baixo envolvimento
    - 3.9.1.3. A tipologia dos compradores
  - 3.9.2. Reconhecimento do problema: conceito e fatores de influência
  - 3.9.3. A busca de informações: conceito, tipos, dimensões e determinantes do processo de busca
  - 3.9.4. A avaliação de informações: critérios de avaliação e estratégias de avaliação ou regras de decisão
  - 3.9.5. Aspectos gerais da escolha da marca
    - 3.9.5.1. A escolha do estabelecimento
    - 3.9.5.2. Processos pós-compra





- 3.10. A dimensão social no processo de compra do consumidor
  - 3.10.1. A cultura e sua influência sobre os consumidores: dimensões, conceito e aspectos característicos da cultura
  - 3.10.2. O valor do consumo nas culturas ocidentais
    - 3.10.2.1. Estratos sociais e comportamento do consumidor: conceito, características e procedimentos de medição
    - 3.10.2.2. Estilos de vida
  - 3.10.3. Grupos: conceito, características e tipos de grupos
    - 3.10.3.1. A influência da família nas decisões de compra
    - 3.10.3.2. Tipos de decisões de compra da família e fatores que influenciam o processo de decisão da família
    - 3.10.3.3. Ciclo de vida familiar

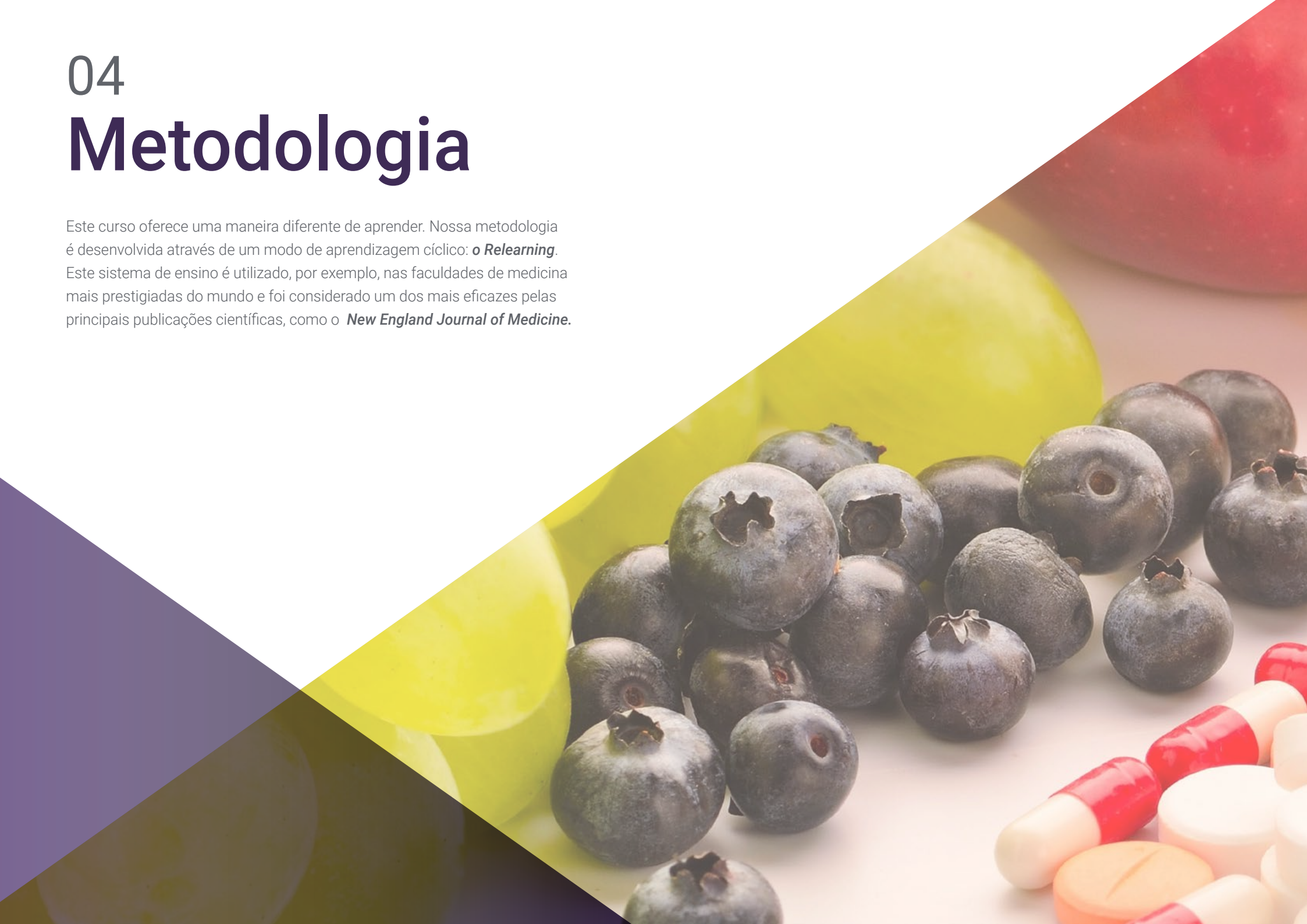
“

*Este programa permitirá que você se mantenha atualizado com as principais estratégias de marketing usadas pela Indústria de Alimentos para a comercialização de produtos para as famílias”*

04

# Metodologia

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



“

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

## Na TECH usamos o Método do Caso

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

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



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

“

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

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

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



## Metodologia Relearning

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

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



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

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

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

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

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

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



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



#### Material de estudo

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

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



#### Técnicas e procedimentos de nutrição em vídeo

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



#### Resumos interativos

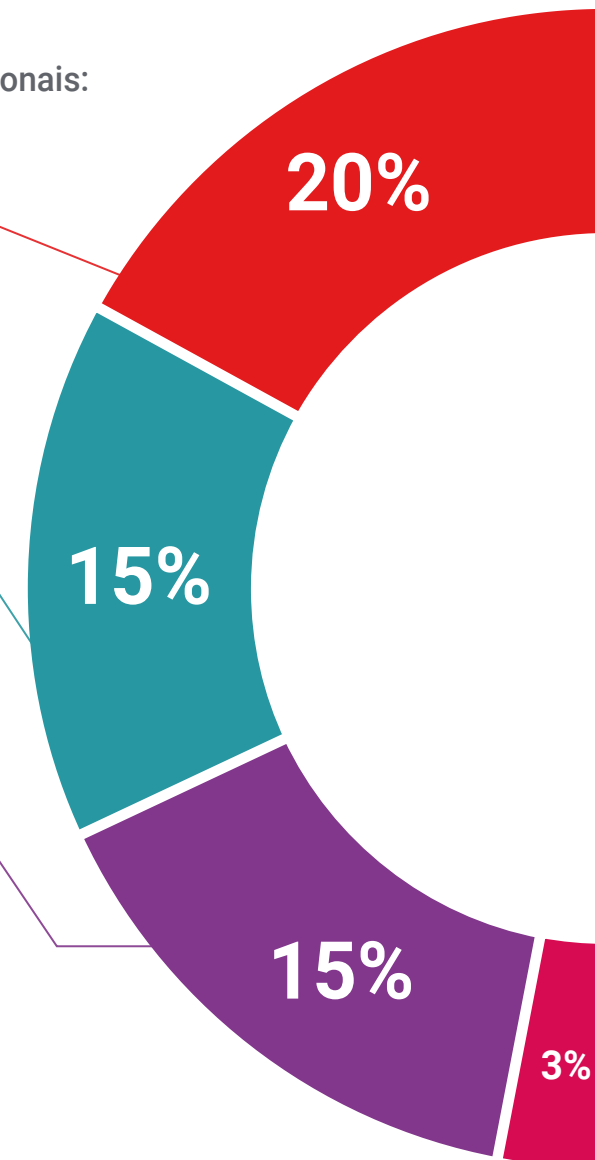
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

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

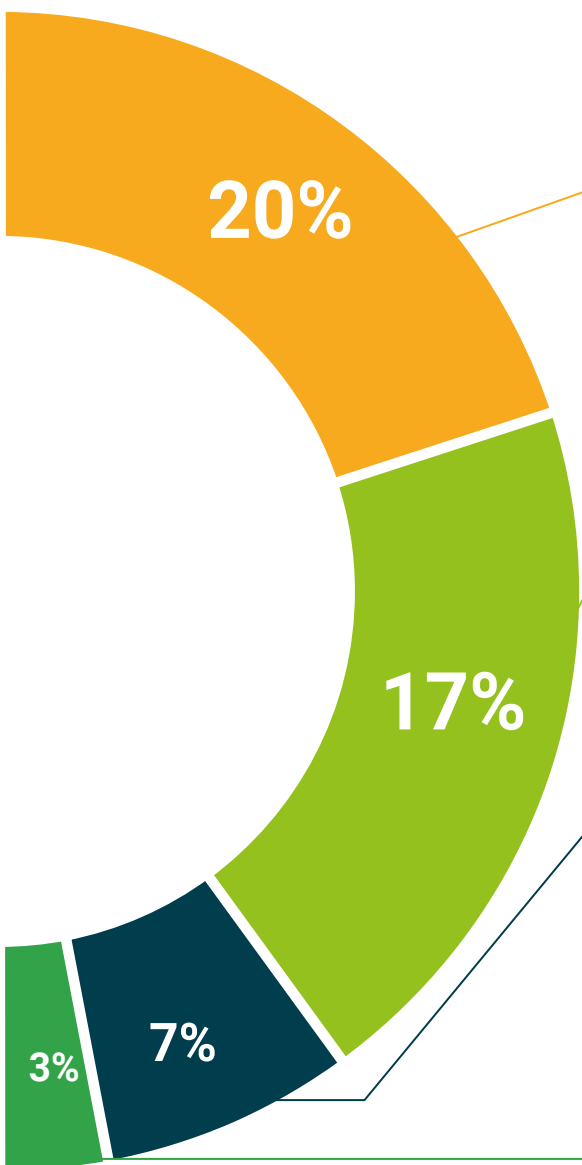


#### Leituras complementares

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







#### 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.



05

# Certificado

O Programa Avançado de Alta Gestão e Liderança no Setor de Alimentos garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Programa Avançado de Alta Gestão e Liderança no Setor de Alimentos** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título do **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

Este certificado contribui significativamente para o desenvolvimento da capacitação continuada dos profissionais e proporciona um importante valor para sua capacitação universitária, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Alta Gestão e Liderança no Setor de Alimentos**

N.º de Horas Oficiais: **450h**



\*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 comunidade  
atenção personalizada  
conhecimento inovação  
presente qualidade  
desenvolvimento sistemas

**tech** universidade  
tecnológica

**Programa Avançado**  
Alta Gestão e Liderança  
no Setor de Alimentos

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

# Programa Avançado

Alta Gestão e Liderança  
no Setor de Alimentos