

Experto Universitario

Alta Dirección y Liderazgo
en la Empresa Alimentaria



Experto Universitario

Alta Dirección y Liderazgo en la Empresa Alimentaria

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtute.com/nutricion/experto-universitario/experto-alta-direccion-liderazgo-empresa-alimentaria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología

pág. 18

05

Titulación

pág. 26

01

Presentación

Las grandes empresas como Nestlé, CocaCola, Kellogs o Hellman han llegado a lo más alto de la Industria Alimentaria y mantienen su posicionamiento gracias al conocimiento exhaustivo del comportamiento del consumidor y a la creación de nuevos productos en base a ello. Una labor que además se complementa con estrategias eficaces de marketing y publicidad. No obstante, poseer profesionales altamente cualificado en este ámbito y con capacidad de dirección son esenciales en un sector altamente competitivo y en auge. Una realidad que ha llevado a esta institución a confeccionar este programa impartido en modalidad 100% online y que permitirá al especialista estar al tanto de las acciones necesarias para comercializar alimentos con éxito.





“

Este Experto Universitario te proporciona la información más reciente e innovadora sobre la gestión y dirección exitosa de empresas alimentarias”

En un mundo globalizado, con una mayor comercialización de productos gracias a internet y la escasez de recursos, la Industria Alimentaria se ha convertido en un sector todavía más competitivo. Un panorama, donde las estrategias de marketing siguen dando un impulso importante y condicionan tanto la elección de marca como los hábitos alimenticios de la población.

Una realidad en la que grandes compañías mantienen un liderazgo adaptándose constantemente a las tendencias y generando otras necesidades a los consumidores. No obstante, detrás de estas acciones hay estudio de mercado, planificación y profesionales altamente cualificados con capacidades directivas. En este escenario, el profesional de la Nutrición cuenta con los conocimientos tanto para formar parte del sector como para poder emprender, sí así lo desea, en este ámbito. Una doble vertiente que requiere que los especialistas estén al tanto de las últimas novedades y es por ello, por lo que TECH ofrece este Experto Universitario en Alta Dirección y Liderazgo en la Empresa Alimentaria.

Para ello disponen de vídeo resúmenes de cada tema, vídeos en detalle, casos de estudio o lecturas complementarias que le permitirá ahondar sobre la tecnología empleada en el sector, las medidas de gestión y control alimentaria, así como las principales estrategias de comunicación y marketing empleados para la comercialización de productos en este campo. Además, los casos de estudios, facilitados por los expertos que integran esta titulación, aproximarán al alumnado a situaciones reales y de gran utilidad práctica en su desempeño profesional.

Una excelente oportunidad que ofrece esta institución académica a aquellos nutricionistas que desean cursar un Experto Universitario cómodamente, cuando y donde desee. Y es que tan solo necesitan de un ordenador, móvil o Tablet con conexión a internet para poder acceder al temario alojado en el Campus Virtual. Un contenido, que además podrán distribuir acorde a sus necesidades. El profesional está, por tanto, ante un programa que se sitúa a la vanguardia académica, flexible y compatible con las responsabilidades más exigentes.

Este **Experto Universitario en Alta Dirección y Liderazgo en la Empresa Alimentaria** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Tecnología de Alimentos
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Este programa te permitirá hacer un recorrido por la alimentación contemporánea y el impulso de la restauración colectiva y comida rápida”

“

Este programa universitario te llevará a conocer las últimas estrategias empleadas en marketing para la elección de marca”

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Una titulación que te enseñará las últimas técnicas de estudio de mercado empleadas por las grandes compañías alimentarias para conocer las decisiones de los consumidores.

En 6 meses podrás profundizar cómodamente desde tu ordenador o Tablet en las claves más relevantes sobre la Alta Dirección y Liderazgo en la Empresa Alimentaria.



02 Objetivos

TECH ofrece a todo su alumnado una enseñanza de calidad, para ello pone a su disposición las herramientas didácticas más actuales y el contenido más avanzado en cada campo. En esta ocasión ofrece la información más relevante en Alta Dirección y Liderazgo en la Empresa Alimentaria. Así, al concluir los 6 meses de duración de este programa, el especialista habrá obtenido las claves más determinantes en el diseño, organización y gestión de los distintos servicios de alimentación.



“

Este Experto Universitario te proporciona las últimas técnicas de comunicación y publicidad empleadas para influir en la elección de determinados alimentos”



Objetivos generales

- Controlar los aspectos matemáticos, estadístico y económicos que envuelven a las empresas alimentarias
- Analizar las tendencias en la producción y consumo de alimentos
- Valorar y reconocer la importancia sanitaria y preventiva de los programas de limpieza, desinfección, desinsectación y desratización en la cadena alimentaria
- Asesorar científica y técnicamente sobre los productos alimenticios y el desarrollo de los mismos





Objetivos específicos

Módulo 1. Alimentos, tecnología y cultura

- ♦ Analizar la evolución histórica-cultural de la transformación y del consumo de alimentos o de grupos de alimentos concretos
- ♦ Relacionar el avance en el conocimiento científico-técnico de los alimentos con el progreso cultural y tecnológico
- ♦ Identificar factores que influyen en la elección y aceptabilidad de los alimentos
- ♦ Diferenciar las características esenciales de los alimentos y las ramas de la industria
- ♦ alimentaria en el contexto de la alimentación actual

Módulo 2. Gestión y Calidad Alimentaria

- ♦ Diseñar y evaluar herramientas que permitan una gestión de la seguridad alimentaria a lo largo de toda la cadena alimentaria, con el fin de proteger la salud pública
- ♦ Identificar e interpretar los requisitos de la norma de gestión de inocuidad alimentaria (UNE EN ISO 22000) para su posterior aplicación y evaluación en operadores de la cadena alimentaria
- ♦ Elaborar, aplicar, evaluar y mantener prácticas adecuadas de higiene, seguridad alimentaria y sistemas de control de riesgos
- ♦ Participar en el diseño, organización y gestión de los distintos servicios de alimentación
- ♦ Colaborar en la implantación de sistemas de calidad
- ♦ Evaluar, controlar y gestionar aspectos de la trazabilidad en la cadena alimentaria

Módulo 3. Marketing y comportamiento del consumidor

- ♦ Conocer y comprender los conceptos, las herramientas y la lógica del marketing como actividad empresarial inherente a la producción de alimentos
- ♦ Aprender a tomar decisiones relacionadas con la comercialización de productos tales como la búsqueda de oportunidades de marketing, el diseño de estrategias y las acciones necesarias para comercializar alimentos con éxito
- ♦ Conocer los procedimientos de análisis del mercado y el comportamiento de los consumidores para asesorar a las empresas en el desarrollo de nuevos alimentos.
- ♦ Diseño y aplicación de diferentes test producto aplicado a los alimentos para predecir el comportamiento de la población destino



Los vídeo resúmenes, los vídeos en detalle y las lecturas complementarias te aproximarán a los últimos requisitos de control de calidad exigidos a las empresas del sector alimentario”

03

Estructura y contenido

La transformación que ha sufrido la industria alimentaria ha sido potenciada principalmente por el estudio y perfeccionamiento en la elección del producto por parte del propio consumidor. Un conocimiento clave en la dirección de dichas empresas. Es por ello, por lo que este plan de estudios ofrece al profesional de la Nutrición la información más relevante sobre la tecnología empleada en el sector, la influencia sociocultural en la alimentación, las medidas de seguridad en la Industria y las principales estrategias de marketing empleadas. Todo ello con un contenido multimedia innovador al que tendrá acceso las 24 horas del día desde cualquier dispositivo electrónico con conexión a internet.





“

El equipo de especialistas que integra esta titulación te aporta las herramientas didácticas y los casos de estudios que necesitas para estar al tanto sobre el desarrollo de nuevos productos”

Módulo 1. Alimentos, tecnologías y cultura

- 1.1. Introducción a la cultura de alimentos
 - 1.1.1. La alimentación y la nutrición: el hombre como animal omnívoro
 - 1.1.2. Concepto de cultura y conducta alimentaria
 - 1.1.3. La alimentación humana en distintos tipos de sociedades
 - 1.1.4. Concepto de adaptación alimentaria: Ejemplos de adaptación alimentaria
- 1.2. Factores que condicionan la alimentación
 - 1.2.1. Significado ideológico de los alimentos
 - 1.2.2. Dieta y género
 - 1.2.3. Patrones de comensalidad en las distintas culturas: producción, consumo y comportamiento
- 1.3. Religión y alimentación
 - 1.3.1. Alimentos permitidos y prohibidos
 - 1.3.2. Relación entre alimentos y rituales religiosos
 - 1.3.3. Prácticas y comportamientos alimentarios relacionados con la religión
- 1.4. Bases históricas de la alimentación
 - 1.4.1. Principales cambios en la alimentación humana en distintas etapas de la historia
 - 1.4.2. Prehistoria
 - 1.4.3. Edad Antigua
 - 1.4.4. Edad Media
 - 1.4.5. Repercusión del descubrimiento de América en la alimentación europea y el nuevo mundo
 - 1.4.6. Edad Moderna
- 1.5. Avances científicos y la alimentación
 - 1.5.1. La revolución industrial
 - 1.5.2. Impacto de los descubrimientos científicos y del desarrollo tecnológico en alimentación
- 1.6. Alimentación contemporánea I
 - 1.6.1. Factores socio-económicos y demográficos que condicionan la alimentación actual
 - 1.6.2. Alimentación e inmigración
 - 1.6.3. El hombre y la abundancia en el mundo, mitos y realidades

- 1.7. Alimentación Contemporánea II
 - 1.7.1. Nuevas tendencias en alimentación
 - 1.7.2. Auge de la restauración colectiva y comida rápida
 - 1.7.3. Interés por la dieta y salud
- 1.8. Aceptabilidad de alimentos
 - 1.8.1. Condicionamientos fisiológicos y psicológicos
 - 1.8.2. Concepto de calidad alimentaria
 - 1.8.3. Evaluación de la aceptabilidad de los alimentos
- 1.9. Técnicas de comunicación
 - 1.9.1. Marketing alimentario
 - 1.9.2. Elementos del marketing
 - 1.9.3. Recursos publicitarios en alimentación
 - 1.9.4. Influencia de la publicidad en el comportamiento alimentario
- 1.10. Factores socio-culturales de la alimentación
 - 1.10.1. Relaciones sociales
 - 1.10.2. Expresión de sentimientos, prestigio y poder
 - 1.10.3. Grupos sociales en Neolítico y Paleolítico

Módulo 2. Gestión y Calidad Alimentaria

- 2.1. Seguridad alimentaria y protección del consumidor
 - 2.1.1. Definición y conceptos básicos
 - 2.1.2. Evolución de la calidad y seguridad alimentaria
 - 2.1.3. Situación en los países en vías de desarrollo y en países desarrollados
 - 2.1.4. Organismos y autoridades claves para la seguridad alimentaria: estructuras y funciones
 - 2.1.5. El fraude alimentario y los bulos en alimentación: papel de los medios de comunicación
- 2.2. Instalaciones, locales y equipos
 - 2.2.1. Selección del emplazamiento: diseño y construcción y materiales
 - 2.2.2. Plan de mantenimiento de locales, instalaciones y equipos
 - 2.2.3. Normativa aplicable

- 2.3. Plan de limpieza y desinfección (L + D)
 - 2.3.1. Componentes de la suciedad
 - 2.3.2. Detergentes y desinfectantes: composición y funciones
 - 2.3.3. Etapas de la limpieza y desinfección
 - 2.3.4. Programa de limpieza y desinfección
 - 2.3.5. Normativa vigente
- 2.4. Control de Plagas
 - 2.4.1. Desratización y desinsectación (Plan D + D)
 - 2.4.2. Plagas asociadas a la cadena alimentaria
 - 2.4.3. Medias preventivas para el control de plagas
 - 2.4.3.1. Trampas y cebos para mamíferos e insectos de tierra
 - 2.4.3.2. Trampas y cebos para insectos voladores
- 2.5. Plan de trazabilidad y buenas prácticas de manipulación (GMP)
 - 2.5.1. Estructura de un plan de trazabilidad
 - 2.5.2. Normativa vigente asociada a trazabilidad
 - 2.5.3. GMP asociada a la elaboración de alimentos
 - 2.5.3.1. Manipuladores de alimentos
 - 2.5.3.2. Requisitos que deben cumplir
 - 2.5.3.4. Planes formativos de higiene
- 2.6. Elementos en la gestión de la seguridad alimentaria
 - 2.6.1. El agua como elemento imprescindible en la cadena alimentaria
 - 2.6.2. Agentes biológicos y químicos asociados con el agua
 - 2.6.3. Elementos cuantificables en la calidad y seguridad y uso del agua
 - 2.6.4. Homologación de proveedores
 - 2.6.4.1. Plan de control de proveedores
 - 2.6.4.2. Normativa vigente asociada
 - 2.6.5. Etiquetado de alimentos
 - 2.6.5.1. Información al consumidor y etiquetado de alérgenos
 - 2.6.5.2. Etiquetado de organismos modificados genéticamente
- 2.7. Crisis alimentarias y políticas asociadas
 - 2.7.1. Factores desencadenantes de una crisis alimentaria
 - 2.7.2. Alcance, gestión y respuesta ante la crisis de seguridad alimentaria
 - 2.7.3. Sistemas de comunicación de alertas
 - 2.7.4. Políticas y estrategias para la mejora de la calidad y seguridad alimentaria
- 2.8. Diseño del plan A.P.P.C.C.
 - 2.8.1. Directrices generales a seguir para su implantación: Principios en los que se basa y Programa de Prerrequisitos
 - 2.8.2. Compromiso de la dirección
 - 2.8.3. Configuración del equipo A.P.P.C.C.
 - 2.8.4. Descripción del producto e identificación de su uso intencionado
 - 2.8.5. Diagramas de flujo
- 2.9. Desarrollo del plan A.P.P.C.C.
 - 2.9.1. Caracterización de los puntos de control críticos (PCC)
 - 2.9.2. Los siete principios básicos del plan A.P.P.C.C.
 - 2.9.2.1. Identificación y análisis de peligros
 - 2.9.2.2. Establecimiento de medidas de control frente a los peligros identificados
 - 2.9.2.3. Determinación de los puntos de control crítico (PCC)
 - 2.9.2.4. Caracterización de los puntos de control crítico
 - 2.9.2.5. Establecimiento de los límites críticos
 - 2.9.2.6. Determinación de acciones correctivas
 - 2.9.2.7. Verificación del sistema A.P.P.C.C.
- 2.10. ISO 22000
 - 2.10.1. Principios de la ISO 22000
 - 2.10.2. Objeto y campo de aplicación
 - 2.10.3. Situación en el mercado y posición respecto a otras normas aplicables en la cadena alimentaria
 - 2.10.4. Requisitos para su aplicación
 - 2.10.5. Política de gestión de inocuidad alimentaria

Módulo 3. Marketing y comportamiento del consumidor

- 3.1. Concepto y función del marketing en la empresa
 - 3.1.1. Concepto y Naturaleza del marketing
 - 3.1.2. El proceso de Marketing
 - 3.1.3. Mercados de la empresa
 - 3.1.4. Evolución en los enfoques del negocio hacia el mercado
 - 3.1.5. Evolución y tendencias actuales del Marketing
- 3.2. El comportamiento de los consumidores en relación a los alimentos
 - 3.2.1. Naturaleza y alcance del estudio del comportamiento del consumidor
 - 3.2.2. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor
 - 3.2.3. El proceso de decisión de compra
 - 3.2.4. El proceso de compra organizacional
- 3.3. La investigación del mercado de los alimentos
 - 3.3.1. Concepto, objetivos y tipos de investigación en marketing
 - 3.3.2. Fuentes de información en marketing
 - 3.3.3. El proceso de investigación comercial
 - 3.3.4. Instrumentos de investigación comercial
 - 3.3.5. Mercados y clientes: la segmentación
- 3.4. Las decisiones de marketing relacionadas con los alimentos como productos comerciales
 - 3.4.1. Los alimentos como productos, características, y clasificación
 - 3.4.2. Decisiones sobre productos alimenticios
 - 3.4.3. Decisiones de marca
- 3.5. Desarrollo y comercialización de nuevos alimentos
 - 3.5.1. Estrategia de desarrollo de nuevos productos
 - 3.5.2. Etapas en el desarrollo de nuevos productos
 - 3.5.3. Gestión de un producto nuevo
 - 3.5.4. Políticas de marketing en el ciclo de vida del producto
- 3.6. Administración y políticas de fijación de precios
 - 3.6.1. Precios, aproximación al concepto
 - 3.6.2. Métodos de fijación de precios
 - 3.6.3. Estrategias de fijación de precios a productos nuevos
 - 3.6.4. Fijación de precios a un mix/cartera de productos.
 - 3.6.5. Estrategias de ajustes de precios
- 3.7. La comunicación con el mercado
 - 3.7.1. La función de las comunicaciones de marketing
 - 3.7.2. Herramientas de comunicación
 - 3.7.3. Desarrollo de una comunicación efectiva
 - 3.7.4. Factores del establecimiento del mix de comunicación
- 3.8. La distribución de alimentos
 - 3.8.1. Introducción
 - 3.8.2. Decisiones relativas al diseño del canal
 - 3.8.3. Decisiones relativas a la gestión del canal
 - 3.8.4. Integración y sistemas de canal
 - 3.8.5. Cambios en la organización del canal
- 3.9. Proceso de decisión del consumidor
 - 3.9.1. Características del estímulo y del mercado y su relación con la decisión del consumidor
 - 3.9.1.1 Decisión de compra extensiva, limitada y rutinaria
 - 3.9.1.2. Decisiones de compra de alta implicación y de baja implicación
 - 3.9.1.3. La tipología de compradores
 - 3.9.2. El reconocimiento del problema: concepto y factores influyentes
 - 3.9.3. La búsqueda de información: concepto, tipos, dimensiones y factores determinantes del proceso de búsqueda
 - 3.9.4. La evaluación de la información: los criterios de evaluación y las estrategias o reglas de decisión
 - 3.9.5. Aspectos generales de la elección de marca
 - 3.9.5.1 La elección del establecimiento
 - 3.9.5.2. Los procesos postcompra



- 3.10. La dimensión social en el proceso de compra del consumidor
 - 3.10.1. La cultura y su influencia sobre los consumidores: dimensiones, concepto, y aspectos característicos de la cultura
 - 3.10.2. El valor del consumo en las culturas occidentales
 - 3.10.2.1. Los estratos sociales y el comportamiento del consumidor: concepto, características y procedimientos de medición
 - 3.10.2.2. Los estilos de vida
 - 3.10.3. Los grupos: concepto, características y tipos de grupos
 - 3.10.3.1. La influencia de la familia en las decisiones de compra
 - 3.10.3.2. Tipos de decisiones de compra en familia y factores que inciden en el proceso de decisión familiar
 - 3.10.3.3. El ciclo de vida familiar

“

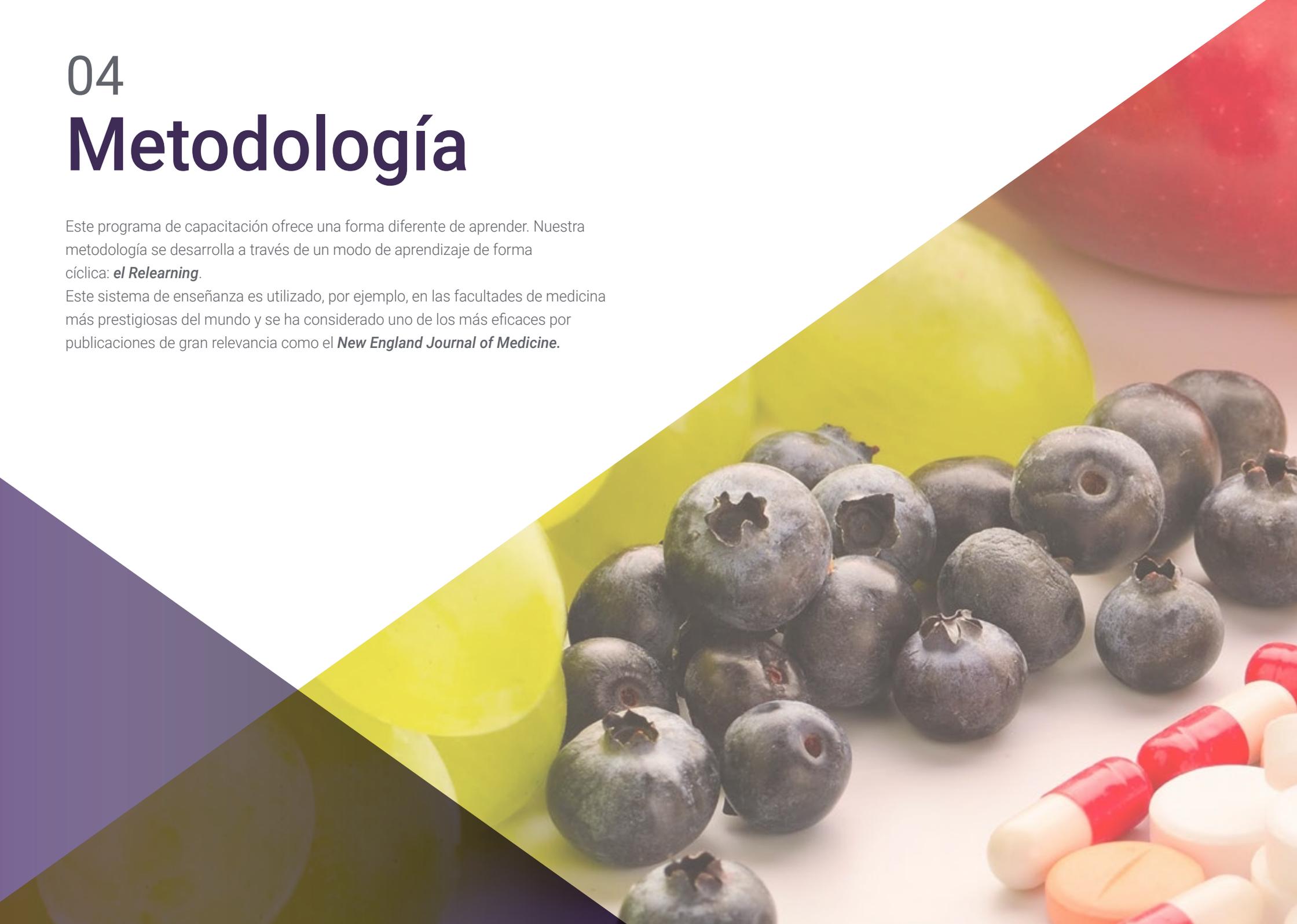
Este programa te permitirá estar al día de las principales estrategias de marketing empleadas por la Industria Alimentaria para la comercialización de productos para familias”

04

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



En TECH empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación clínica, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos clínicos simulados, basados en pacientes reales en los que deberán investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método. Los especialistas aprenden mejor, más rápido y de manera más sostenible en el tiempo.

Con TECH el nutricionista experimenta una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo.



Según el Dr. Gérvas, el caso clínico es la presentación comentada de un paciente, o grupo de pacientes, que se convierte en «caso», en un ejemplo o modelo que ilustra algún componente clínico peculiar, bien por su poder docente, bien por su singularidad o rareza. Es esencial que el caso se apoye en la vida profesional actual, intentando recrear los condicionantes reales en la práctica profesional de la nutrición.

“

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los nutricionistas que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al nutricionista una mejor integración del conocimiento en la práctica clínica.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.



Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.



El nutricionista aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de softwares de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.

Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología, se han capacitado más de 45.000 nutricionistas con un éxito sin precedentes en todas las especialidades clínicas con independencia de la carga en cirugía. Nuestra metodología pedagógica está desarrollada en entorno de máxima exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene el sistema de aprendizaje de TECH es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Técnicas y procedimientos de nutrición en vídeo

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, los últimos avances educativos y al primer plano de la actualidad en técnicas y procedimientos de asesoramiento nutricional. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para contribuir a la asimilación y comprensión del estudiante. Y lo mejor de todo, pudiéndolo ver las veces que quiera.



Resúmenes interactivos

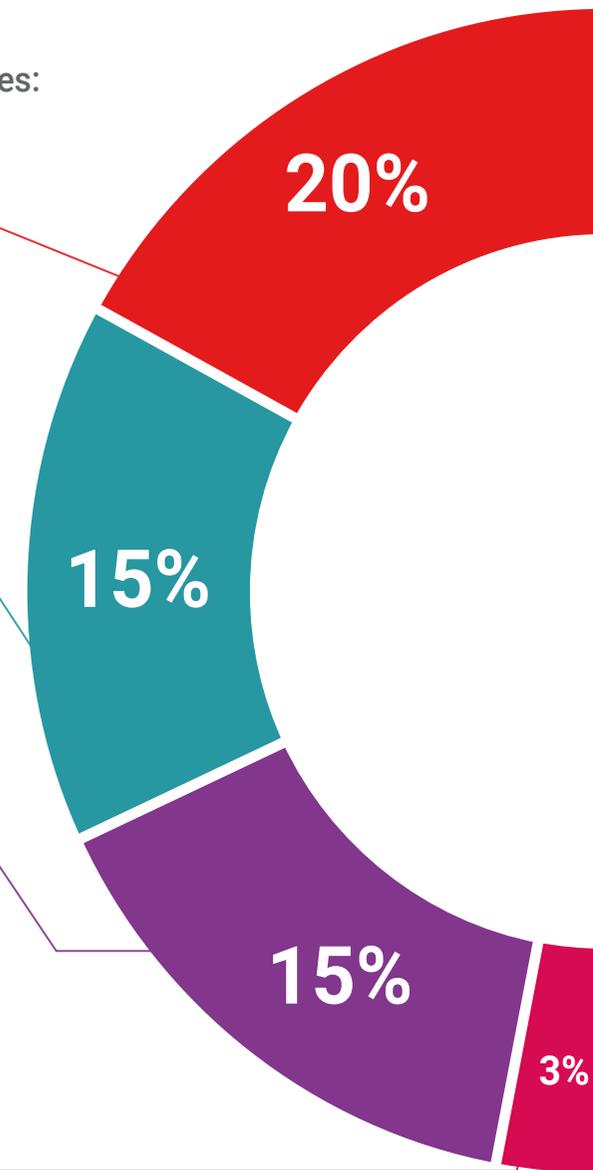
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo de capacitación para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto guiará al alumno a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



05

Titulación

El Experto Universitario en Alta Dirección y Liderazgo en la Empresa Alimentaria garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Global University.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Alta Dirección y Liderazgo en la Empresa Alimentaria** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Experto Universitario en Alta Dirección y Liderazgo en la Empresa Alimentaria**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario
Alta Dirección y Liderazgo
en la Empresa Alimentaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Alta Dirección y Liderazgo
en la Empresa Alimentaria