

Corso Universitario

Marketing nell'Industria Alimentare





Corso Universitario Marketing nell'Industria Alimentare

- » Modalità: **online**
- » Durata: **6 settimane**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/nutrizione/corso-universitario/marketing-industria-alimentare

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Struttura e contenuti

pag. 12

04

Metodologia

pag. 16

05

Titolo

pag. 24

01

Presentazione

Le-commerce, i social media e l'analisi dei dati sono elementi che hanno aiutato l'area Marketing delle aziende a implementare in modo ottimale le proprie strategie e raggiungere più mercati. Nel caso dell'Industria Alimentare, le alternative da applicare per migliorare il posizionamento e aumentare le vendite dei prodotti da promuovere devono essere realizzate da esperti che possiedano una conoscenza approfondita in merito alle esigenze del consumatore. A tale fine, TECH ha creato questa specializzazione con l'obiettivo di fornire agli studenti una visione ampia delle attuali condizioni del mercato alimentare e del comportamento dei consumatori. Tutto ciò, in modalità 100% online, fattore che consentirà agli studenti di avere un maggiore controllo sul proprio tempo.



“

Desideri entrare a far parte dei migliori professionisti del settore alimentare? Iscriviti a questo programma e riuscirai a farlo in breve tempo"

In un mercato altamente competitivo, le aziende hanno bisogno di professionisti qualificati nell'ambito del Marketing, poiché saranno coloro in grado di creare strategie efficaci che soddisfino le esigenze dei consumatori e che consentiranno all'azienda di crescere all'interno dell'Industria. Per tale ragione, questo Corso Universitario cerca di soddisfare questa domanda e di preparare gli studenti mediante gli strumenti necessari per affrontare le sfide di questo settore.

Durante il programma, gli studenti avranno l'opportunità di conoscere i concetti più importanti relativi al Marketing e sviluppare competenze avanzate per applicare strategie ottimali. Saranno inoltre esaminati aspetti relativi alla segmentazione del mercato e all'elaborazione di campagne pubblicitarie efficaci, con l'obiettivo di consentire allo studente di conoscere a fondo le caratteristiche di acquisto del pubblico target e di concentrare gli sforzi per soddisfare le loro esigenze.

Inoltre, gli studenti approfondiranno gli aspetti sociali che influenzano la decisione di consumo, elemento che consentirà di applicare più facilmente la giusta strategia al segmento di mercato che è stato definito. Grazie a ciò, gli studenti potenzieranno le proprie competenze e riusciranno ad adattarsi ai cambiamenti che si presentano all'interno dell'Industria Alimentare.

Questo programma verrà impartito con la metodologia innovativa *Relearning*, che consente lo studio in modalità 100% online, offrendo agli studenti la flessibilità di studiare da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento. Inoltre, gli studenti avranno accesso a risorse multimediali in ogni momento, rendendo più facile studiare al proprio ritmo. Attraverso l'analisi di casi pratici, gli studenti svilupperanno capacità risolutive affrontando situazioni simulate in un ambiente realistico.

Questo **Corso Universitario in Marketing nell'Industria Alimentare** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Marketing nell'Industria Alimentare
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici in base ai quali sono stati concepiti forniscono informazioni scientifiche e pratiche riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici con cui è possibile valutare sé stessi per migliorare l'apprendimento
- ♦ Particolare enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



*Un Corso Universitario che ti
permetterà di distinguerti a livello
professionale nell'Industria Alimentare"*

“

Impara le tecniche più efficienti per comprendere il comportamento del consumatore e di conseguenza per realizzare strategie che soddisfino le sue esigenze, secondo il tuo ritmo"

Il personale docente comprende professionisti del settore, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

La metodologia Relearning sarà il tuo miglior alleato in modo da poter rafforzare con maggiore padronanza i concetti di Marketing.

Le risorse multimediali di questo programma ti permetteranno di sperimentare un apprendimento dinamico e completo.



02 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo programma didattico è fornire agli studenti le ultime novità dell'Industria Alimentare, dotandoli di una conoscenza approfondita in merito agli aspetti pratici per condurre una campagna di Marketing incentrata sull'Industria Alimentare. In questo modo, i nostri studenti impareranno a pianificare strategie che migliorano il posizionamento dell'azienda e soddisfano le esigenze dei consumatori. Tutto ciò sarà possibile attraverso lo studio di contenuti multimediali che rafforzeranno le competenze degli studenti in questo settore.





“

Esplora le migliori pratiche del Marketing degli alimenti sani e sostenibili, al fine di adattare la tua strategia alle attuali tendenze del mercato"



Obiettivi generali

- Tenere sotto controllo gli aspetti matematici, statistici ed economici che coinvolgono le aziende alimentari
- Analizzare le tendenze della produzione e del consumo alimentare
- Valutare e riconoscere l'importanza sanitaria e preventiva dei programmi di pulizia, disinfezione e derattizzazione nella catena alimentare
- Fornire consulenza scientifica e tecnica sui prodotti alimentari e sul relativo sviluppo





Obiettivi specifici

- Conoscere e comprendere i concetti, gli strumenti e le logiche del marketing come attività commerciale inerente alla produzione alimentare
- Imparare a prendere decisioni relative al marketing dei prodotti, come la ricerca di opportunità, la progettazione di strategie e le azioni necessarie per commercializzare con successo i prodotti alimentari
- Conoscere le procedure di analisi di mercato e del comportamento dei consumatori per offrire alle aziende consulenze relative allo sviluppo di nuovi prodotti alimentari
- Progettare e applicare diversi test prodotto da applicare agli alimenti per prevedere il comportamento della popolazione target



Specializzati grazie a questo Corso Universitario e guida la tua carriera nell'entusiasmante mondo del Marketing nel settore alimentare"



03

Struttura e contenuti

Il contenuto di questo Corso Universitario è stato creato da esperti di prima classe nell'Industria Alimentare, con l'obiettivo di fornire agli studenti una preparazione eccellente. I partecipanti avranno pertanto l'opportunità di acquisire conoscenze specialistiche nella creazione di strategie di Marketing e nella ricerca dei mercati e dei loro consumatori. Tale obiettivo sarà raggiunto attraverso lo studio di risorse multimediali e l'analisi di casi pratici, che consentiranno agli studenti di sviluppare eccezionali competenze professionali in questo campo.



“

Pianifica le migliori strategie di marketing per distinguerti nell'industria alimentare e conquistare il mercato, grazie a questa specializzazione"

Modulo 1. Marketing e comportamento del consumatore

- 1.1. Concetto e funzione del marketing in azienda
 - 1.1.1. Concetto e Natura del marketing
 - 1.1.2. Processo di Marketing
 - 1.1.3. I mercati dell'azienda
 - 1.1.4. Evoluzione degli approcci aziendali al mercato
 - 1.1.5. Evoluzione e tendenze attuali del Marketing
- 1.2. Il comportamento dei consumatori in relazione agli alimenti
 - 1.2.1. Natura e ambito dello studio del comportamento del consumatore
 - 1.2.2. Fattori che influenzano il comportamento del consumatore
 - 1.2.3. Processo decisionale d'acquisto
 - 1.2.4. Il processo organizzativo di acquisto
- 1.3. Ricerca sul mercato alimentare
 - 1.3.1. Concetto, obiettivi e tipi di ricerca di marketing
 - 1.3.2. Fonti di informazione del marketing
 - 1.3.3. Il processo di ricerca di marketing
 - 1.3.4. Strumenti di ricerca di mercato
 - 1.3.5. Mercati e clienti: segmentazione
- 1.4. Decisioni di marketing relative agli alimenti come prodotto commerciale
 - 1.4.1. Gli alimenti come prodotti, caratteristiche e classificazione
 - 1.4.2. Decisioni sui prodotti alimentari
 - 1.4.3. Decisioni sul marchio
- 1.5. Sviluppo e commercializzazione di nuovi alimenti
 - 1.5.1. Strategie di sviluppo di nuovi prodotti
 - 1.5.2. Fasi dello sviluppo di nuovi prodotti
 - 1.5.3. Gestione dei nuovi prodotti
 - 1.5.4. Politica di marketing nel ciclo di vita del prodotto
- 1.6. Amministrazione e politiche di determinazione dei prezzi
 - 1.6.1. Prezzi, approccio al concetto
 - 1.6.2. Metodi di determinazione dei prezzi
 - 1.6.3. Strategie di determinazione del prezzo per i nuovi prodotti
 - 1.6.4. Definire i prezzi di un assortimento di prodotti
 - 1.6.5. Strategie di adeguamento dei prezzi





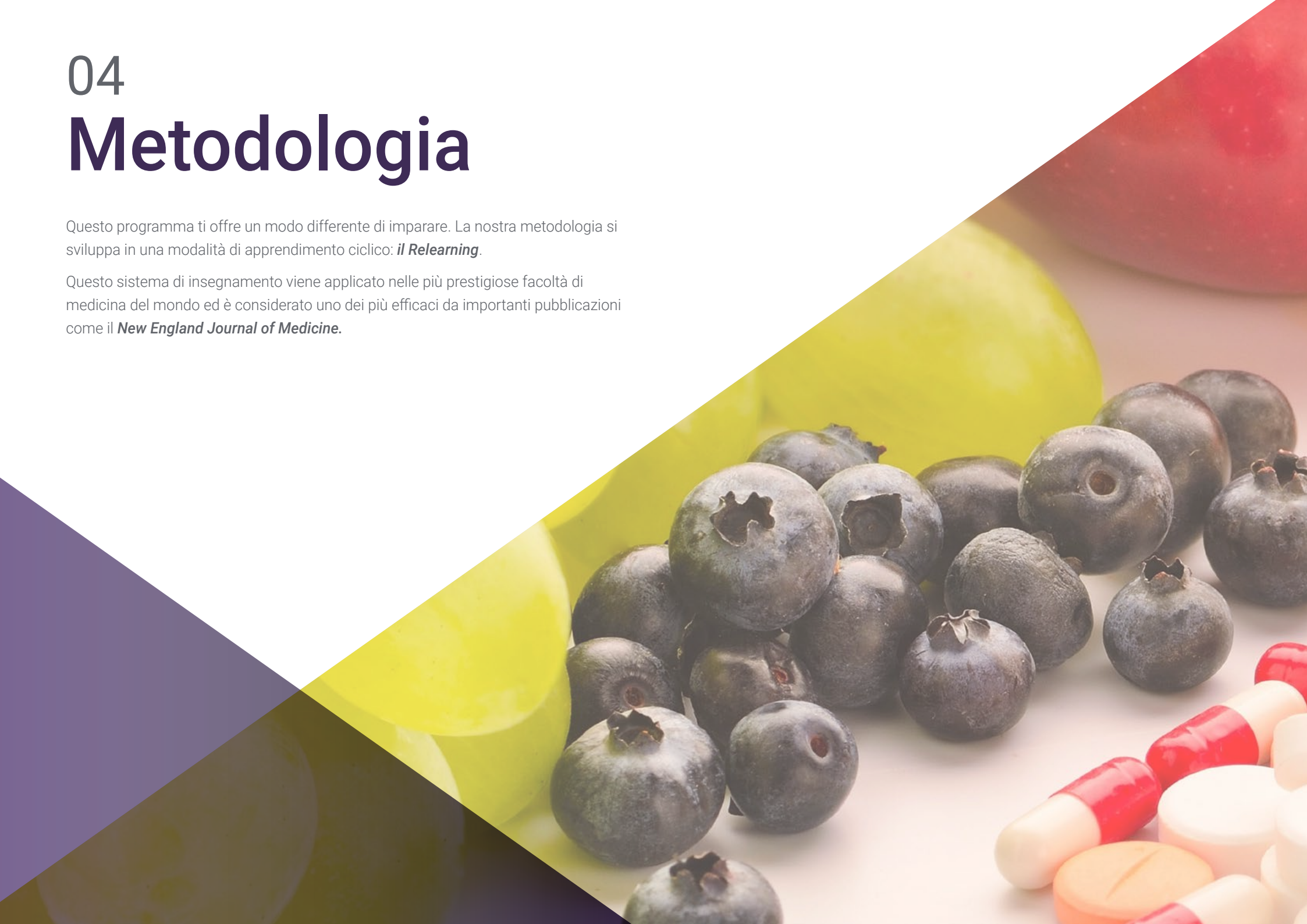
- 1.7. Comunicazione con il mercato
 - 1.7.1. Il ruolo della comunicazione di marketing
 - 1.7.2. Strumenti di comunicazione
 - 1.7.3. Sviluppare una comunicazione efficace
 - 1.7.4. Fattori di definizione del mix di comunicazione
- 1.8. Distribuzione degli alimenti
 - 1.8.1. Introduzione
 - 1.8.2. Decisioni di progettazione del canale
 - 1.8.3. Decisioni relative alla gestione del canale
 - 1.8.4. Integrazione di canali e sistemi
 - 1.8.5. Cambiamenti nell'organizzazione del canale
- 1.9. Processo decisionale del consumatore
 - 1.9.1. Caratteristiche dello stimolo e del mercato e la relazione con la decisione del consumatore
 - 1.9.1.1. Comportamento d'acquisto: esteso, limitato e di routine
 - 1.9.1.2. Comportamento d'acquisto con alto e basso coinvolgimento
 - 1.9.1.3. Tipologia di acquirente
 - 1.9.2. Riconoscimento del problema: concetto e fattori di influenza
 - 1.9.3. La ricerca di informazioni: concetto, tipi, dimensioni e fattori determinanti del processo di ricerca
 - 1.9.4. La valutazione delle informazioni: criteri di valutazione e regole o strategie decisionali
 - 1.9.5. Aspetti generali della scelta del marchio
 - 1.9.5.1. La scelta dello stabile
 - 1.9.5.2. Processi successivi post-acquisto
- 1.10. La dimensione sociale del processo di acquisto da parte del consumatore
 - 1.10.1. La cultura e la sua influenza sui consumatori: dimensioni, concetto e caratteristiche della cultura
 - 1.10.2. Il valore del consumo nelle culture occidentali
 - 1.10.2.1. Strati sociali e comportamento dei consumatori: concetto, caratteristiche e procedure di misurazione
 - 1.10.2.3. Stili di vita
 - 1.10.3. Gruppi: concetto, caratteristiche e tipi di gruppi
 - 1.10.3.1. L'influenza della famiglia sulle decisioni di acquisto
 - 1.10.3.2. Tipi di decisioni di acquisto in famiglia e fattori che influenzano il processo decisionale familiare
 - 1.10.3.3. Ciclo di vita familiare

04

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

In TECH applichiamo il Metodo Casistico

In una data situazione clinica, cosa dovrebbe fare il professionista? Durante il programma affronterai molteplici casi clinici simulati ma basati su pazienti reali, per risolvere i quali dovrai indagare, stabilire ipotesi e infine fornire una soluzione. Esistono molteplici prove scientifiche sull'efficacia del metodo. Gli specialisti imparano meglio e in modo più veloce e sostenibile nel tempo.

Grazie a TECH il nutrizionista sperimenta un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo.



Secondo il dottor Gervas, il caso clinico è una presentazione con osservazioni del paziente, o di un gruppo di pazienti, che diventa un "caso", un esempio o un modello che illustra qualche componente clinica particolare, sia per il suo potenziale didattico che per la sua singolarità o rarità. È essenziale che il caso sia radicato nella vita professionale attuale, cercando di ricreare le condizioni reali nella pratica professionale nutrizione.

“

Sapevi che questo metodo è stato sviluppato ad Harvard nel 1912 per gli studenti di Diritto? Il metodo casistico consisteva nel presentare agli studenti situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giustificare come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard”

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. I nutrizionisti che seguono questo metodo, non solo assimilano i concetti, ma sviluppano anche la capacità mentale, grazie a esercizi che valutano situazioni reali e richiedono l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche che permettono al nutrizionista una migliore integrazione della conoscenza della pratica clinica.
3. L'approccio a situazioni nate dalla realtà rende più facile ed efficace l'assimilazione delle idee e dei concetti.
4. La sensazione di efficienza degli sforzi compiuti diventa uno stimolo molto importante per gli studenti e si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.



Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Lo specialista imparerà mediante casi reali e la risoluzione di situazioni complesse in contesti di apprendimento simulati. Queste simulazioni sono sviluppate mediante l'uso di software all'avanguardia per facilitare un apprendimento coinvolgente.



All'avanguardia della pedagogia mondiale, il metodo Relearning è riuscito a migliorare i livelli di soddisfazione generale dei professionisti che completano i propri studi, rispetto agli indicatori di qualità della migliore università online del mondo (Columbia University).

Grazie a questa metodologia abbiamo formato con un successo senza precedenti più di 45.000 nutrizionisti di tutte le specialità cliniche, indipendentemente dal carico chirurgico. La nostra metodologia è inserita in un contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari dall'alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico.

Il punteggio complessivo del sistema di apprendimento di TECH è 8.01, secondo i più alti standard internazionali.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Tecniche e procedure di nutrizione in video

TECH rende partecipe lo studente delle ultime tecniche, degli ultimi progressi educativi e dell'avanguardia delle tecniche consulenza nutrizionale attuali. Il tutto in prima persona, con il massimo rigore, spiegato e dettagliato affinché tu lo possa assimilare e comprendere. E la cosa migliore è che puoi guardarli tutte le volte che vuoi.



Riepiloghi interattivi

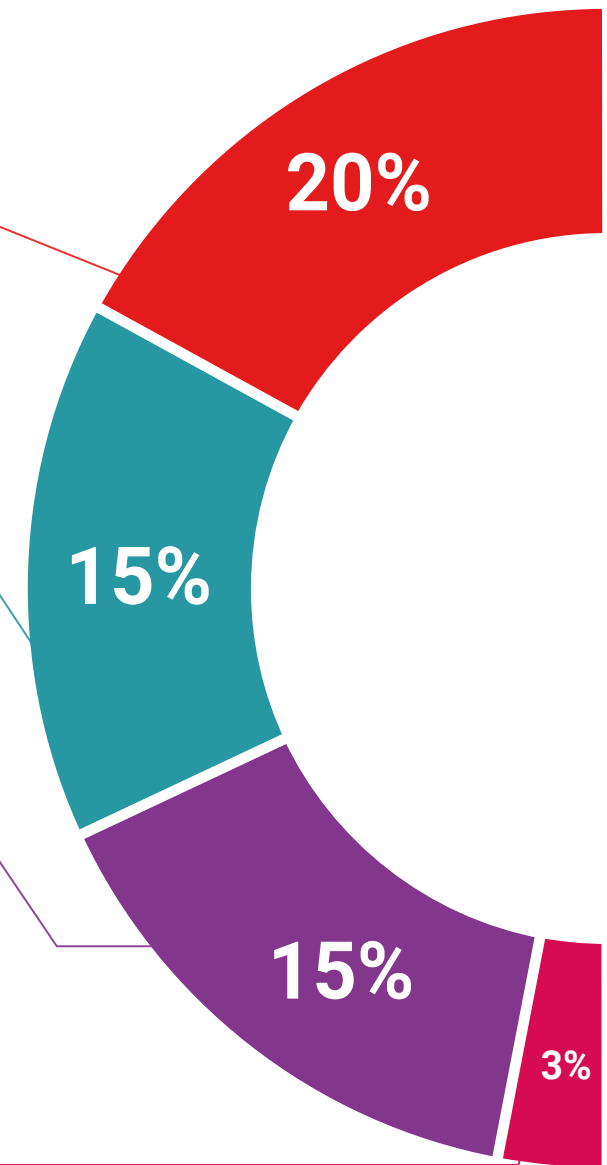
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo sistema educativo, unico per la presentazione di contenuti multimediali, è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Analisi di casi elaborati e condotti da esperti

Un apprendimento efficace deve necessariamente essere contestuale. Per questa ragione, TECH ti presenta il trattamento di alcuni casi reali in cui l'esperto ti guiderà attraverso lo sviluppo dell'attenzione e della risoluzione di diverse situazioni: un modo chiaro e diretto per raggiungere il massimo grado di comprensione.



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi. Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Guide di consultazione veloce

TECH ti offre i contenuti più rilevanti del corso in formato schede o guide di consultazione veloce. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare lo studente a progredire nel suo apprendimento.



05 Titolo

Il Corso Universitario in Marketing nell'Industria Alimentare garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Corso Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Corso Universitario in Marketing nell'Industria Alimentare** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Corso Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Corso Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Corso Universitario in Marketing nell'Industria Alimentare**
N° Ore Ufficiali: **150 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnologica

Corso Universitario
Marketing nell'Industria
Alimentare

- » Modalità: **online**
- » Durata: **6 settimane**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Corso Universitario

Marketing nell'Industria Alimentare

