

# Esperto Universitario

Marketing e Gestione Aziendale  
nell'Industria Alimentare





## **Esperto Universitario** Marketing e Gestione Aziendale nell'Industria Alimentare

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

Accesso al sito web: [www.techitute.com/it/nutrizione/specializzazione/specializzazione-marketing-gestione-aziendale-industria-alimentare](http://www.techitute.com/it/nutrizione/specializzazione/specializzazione-marketing-gestione-aziendale-industria-alimentare)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Struttura e contenuti

---

*pag. 12*

04

Metodologia

---

*pag. 18*

05

Titolo

---

*pag. 26*

# 01

# Presentazione

L'Industria Alimentare ha acquistato molta importanza negli ultimi decenni grazie a strategie di marketing che hanno saputo creare, attraverso le emozioni, il bisogno di consumare prodotti con maggiore o minore valore nutrizionale. Le nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione, l'innovazione del confezionamento e dei concetti di vendita continuano a rivoluzionare il settore. Di fronte a questo scenario di trasformazione, il professionista della Nutrizione deve essere consapevole degli ultimi sviluppi in questo campo per una corretta gestione delle aziende alimentari. Per tale ragione, l'istituto accademico ha progettato un programma in modalità 100% online, che consentirà allo specialista di conoscere gli ultimi sviluppi del comportamento dei consumatori, lo sviluppo di nuovi processi e le ultime tendenze in materia di test dei prodotti. Il tutto con contenuti multimediali preparati da esperti del settore.





“

*Questo Esperto Universitario ti fornirà le informazioni più recenti sul Marketing applicato all'Industria Alimentare. Accedi ad esso quando e dove vuoi"*

I video sugli alimenti pubblicati su YouTube, la promozione dei prodotti attraverso gli influencer su diversi social network, insieme alle tecniche di vendita tradizionali, sono attualmente tra le tendenze di marketing dell'Industria Alimentare. Tuttavia, l'innovazione e il miglioramento dei sapori, delle consistenze e della qualità degli alimenti stessi continuano a essere un fattore fondamentale per il successo del settore.

Un settore in continua trasformazione, che a sua volta cerca di lanciare nuovi prodotti con proprietà che favoriscono la salute delle persone. In questo scenario, non c'è dubbio che i professionisti della nutrizione debbano essere a conoscenza di tutti i nuovi sviluppi per creare il piano nutrizionale più appropriato per i loro pazienti o per consigliare le aziende del settore. Per tale ragione, TECH ha ideato L'Esperto Universitario in Marketing e Gestione Aziendale nell'Industria Alimentare, che nel corso di 6 mesi consentirà di approfondire i più recenti metodi di ricerca di mercato, le tecniche di controllo e ottimizzazione dei processi e dei prodotti e l'influenza della pubblicità sulle decisioni di acquisto.

Tutto questo sarà possibile grazie agli strumenti pedagogici che compongono questo programma, che permetteranno di approfondire in modo molto più dinamico e visivo il comportamento dei consumatori in relazione agli alimenti, l'uso del marketing mix o le migliori strategie di pricing. I casi di studio forniti dagli specialisti che terranno questa specializzazione li avvicineranno a situazioni che saranno di grande utilità e applicazione diretta nella propria pratica quotidiana.

Questa istituzione accademica offre, pertanto, un'eccellente opportunità per poter aggiornare comodamente le proprie conoscenze quando e dove si vuole. Gli studenti, infatti, hanno bisogno solo di un dispositivo elettronico dotato di connessione a internet per poter visualizzare i contenuti ospitati sulla piattaforma virtuale. Inoltre, il nutrizionista sarà libero di distribuire il carico didattico in base alle proprie esigenze, rendendo più facile per il professionista combinare una qualifica di qualità con le responsabilità più impegnative.

Questo **Esperto Universitario in Marketing e Gestione Aziendale 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 Tecnologia 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 che offrono un processo di autovalutazione 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 portatile provvisto di connessione a internet



*Un programma flessibile che  
ti introdurrà agli ultimi sviluppi  
del marchio alimentare"*

“

*Questa qualifica ti fornirà casi di studio che ti consentiranno di approfondire in prima persona situazioni reali e di successo nel campo del Marketing e della Gestione Aziendale nell'Industria Alimentare”*

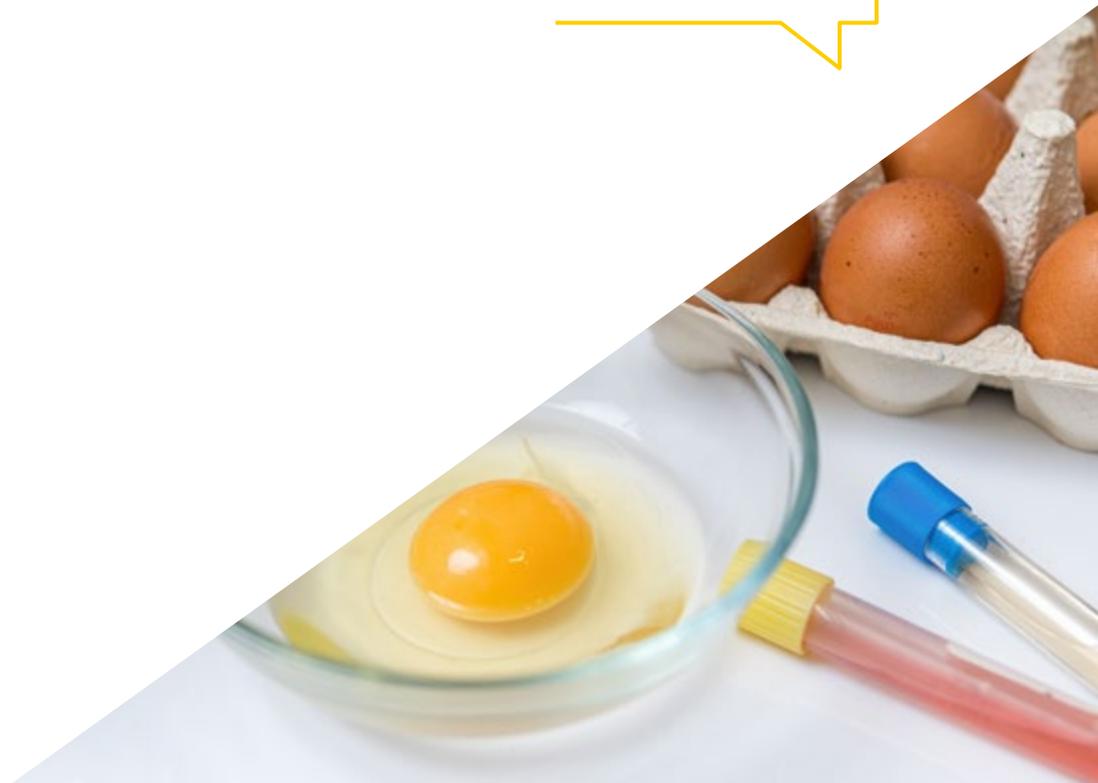
Il personale docente comprende professionisti del settore, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

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.

*Sei di fronte a un'opzione accademica che ti permetterà di approfondire comodamente le ultime strategie efficaci nella distribuzione del cibo.*

*TECH pensa a te. Ecco perché ha progettato un Esperto Universitario compatibile con il tuo lavoro come nutrizionista e con le tue responsabilità personali.*



# 02

## Obiettivi

Una volta completate le 450 ore di insegnamento di questo Esperto Universitario, il Nutrizionista avrà ottenuto le conoscenze aggiornate che stava cercando nel campo del Marketing e della Gestione Aziendale nell'Industria Alimentare. Ciò sarà possibile grazie ai video riassuntivi di ogni argomento, ai video dettagliati, ai diagrammi o alle letture specializzate che compongono il programma di studio, a cui si potrà accedere in ogni momento dal proprio computer o Tablet.





“

*Dal tuo computer dotato di connessione a internet e quando vorrai potrai accedere ai contenuti più aggiornati sul successo nella gestione aziendale nell'Industria Alimentare"*



## 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, disinfestazione e derattizzazione nella catena alimentare
- Fornire consulenza scientifica e tecnica sui prodotti alimentari e sul relativo sviluppo

“

*Con questo programma in modalità 100% online sarai aggiornato sui nuovi approcci di business, grazie allo studio approfondito dei gusti dei consumatori”*





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Economia e aziende alimentari

- ♦ Comprendere il concetto di azienda, il quadro istituzionale e giuridico, nonché il bilancio economico di un'azienda
- ♦ Acquisire competenze per poter eseguire una valutazione puntuale del rischio igienico-sanitario e tossicologico all'interno di un processo, di un alimento, di un ingrediente e di una confezione, nonché per saper identificare possibili cause di deterioramento degli alimenti e stabilire meccanismi di tracciabilità
- ♦ Conoscere i mezzi di finanziamento, i bilanci e i diversi reparti funzionali di un'azienda
- ♦ Calcolare e interpretare i valori ottenuti dal Prodotto Interno Lordo e dal Reddito Agrario per poterli applicare alla gestione economica e aziendale

### Modulo 2. Industrie alimentari

- ♦ Controllare e ottimizzare i processi e i prodotti coinvolti nell'industria alimentare
- ♦ Fabbricare e conservare gli alimenti
- ♦ Sviluppare nuovi processi e prodotti
- ♦ Conoscere i processi industriali di trasformazione e conservazione degli alimenti, nonché le tecnologie di confezionamento e conservazione
- ♦ Analizzare i sistemi di controllo e di ottimizzazione dei processi e dei prodotti applicati alle principali tipologie di industrie alimentari
- ♦ Applicare le conoscenze acquisite sui processi di trasformazione e di conservazione allo sviluppo di nuovi processi e prodotti

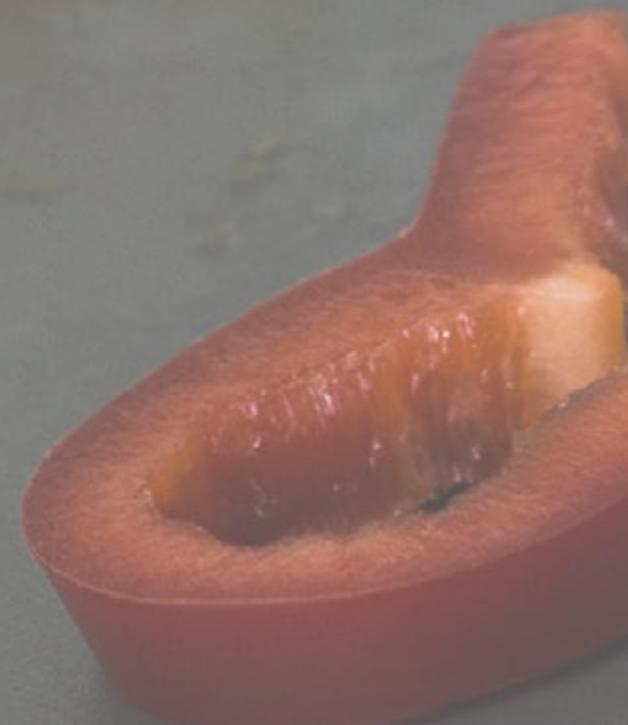
### Modulo 3. Marketing e comportamento del consumatore

- ♦ 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

# 03

## Struttura e contenuti

Il programma di questo Corso Universitario è stato elaborato da una squadra di esperti nell'Industria Alimentare. Le loro ampie conoscenze in questo campo permetteranno al Nutrizionista di conoscere gli ultimi sviluppi nella gestione delle aziende del settore, nonché le principali tecniche di marketing utilizzate oggi. Allo stesso modo, per progredire nei tre moduli che compongono questo Esperto Universitario in maniera molto più agile, gli studenti potranno utilizzare il sistema di *Relearning*, utilizzato da TECH, che consentirà loro anche di ridurre le lunghe ore di studio.





“

*TECH mette a tua disposizione risorse multimediali elaborate con i più recenti strumenti tecnologici applicati a tutte le specializzazioni”*

## Modulo 1. Economia e aziende alimentari

- 1.1. Concetti base di economia
  - 1.1.1. Economia e necessità di scelta
  - 1.1.2. La frontiera delle possibilità produttive e le sue applicazioni alla produzione
  - 1.1.3. Il funzionamento di un'economia di mercato
  - 1.1.4. Limiti del sistema di economia di mercato e delle economie miste
- 1.2. Curve di domanda e di offerta
  - 1.2.1. Gli agenti che partecipano all'interno del mercato. La domanda e l'offerta
  - 1.2.2. Equilibrio di mercato
  - 1.2.3. Spostamenti delle curve di domanda e offerta
- 1.3. Applicazioni dell'analisi della domanda e dell'offerta
  - 1.3.1. Calo dei prezzi agricoli
  - 1.3.2. Massimali di prezzo e livelli minimi
  - 1.3.3. Fissazione di prezzi agevolati o di sostegno
  - 1.3.4. Principali schemi di sostegno agli agricoltori
- 1.4. La domanda di beni
  - 1.4.1. Domanda di consumo e utilità
  - 1.4.2. Domanda di mercato
  - 1.4.3. La domanda e il concetto di elasticità
  - 1.4.4. Elasticità della domanda e reddito totale
  - 1.4.5. Altre elasticità
- 1.5. Produzione in azienda e costi di produzione
  - 1.5.1. Produzione a breve termine
  - 1.5.2. Produzione a lungo termine
  - 1.5.3. I costi dell'impresa nel breve termine
  - 1.5.4. Costi a lungo termine e rendimenti di scala
  - 1.5.5. Le decisioni di produzione dell'impresa e la massimizzazione del profitto
- 1.6. Tipologia di mercati
  - 1.6.1. Forme di concorrenza
  - 1.6.2. Mercati in concorrenza perfetta
  - 1.6.3. L'impresa concorrenziale e la decisione di produrre
  - 1.6.4. Caratteristiche di base della concorrenza imperfetta
  - 1.6.5. Monopolio, oligopolio e concorrenza monopolistica
- 1.7. Macromagnetismo economico
  - 1.7.1. Prodotto Interno Lordo e Indice Generale dei Prezzi
  - 1.7.2. Reddito e Investimento Pubblico
  - 1.7.3. Grandezze macro agricole

- 1.8. Struttura organizzativa dell'azienda. Tipi di aziende
  - 1.8.1. Impresa individuale
  - 1.8.2. Le società di persone
  - 1.8.3. Le società di capitali
  - 1.8.4. Responsabilità sociale d'impresa
  - 1.8.5. Contesto legale e fiscale
- 1.9. Aree funzionali dell'azienda
  - 1.9.1. Finanziamento dell'azienda: fondi presi in prestito e fondi propri
  - 1.9.2. Produzione in azienda
  - 1.9.3. Area di approvvigionamento e metodi di gestione delle scorte
  - 1.9.4. Risorse umane
- 1.10. Analisi dei bilanci aziendali
  - 1.10.1. Analisi patrimoniale
  - 1.10.2. Analisi finanziaria
  - 1.10.3. Analisi economica

## Modulo 2. Industria alimentare

- 2.1. Cereali e prodotti derivati I
  - 2.1.1. Cereali: produzione e consumo
    - 2.1.1.1. Classificazione dei cereali
    - 2.1.1.2. Stato attuale della ricerca e situazione industriale
  - 2.1.2. Concetti di base sui cereali
    - 2.1.2.1. Metodi e attrezzature per la caratterizzazione di farine e impasti per la panificazione
    - 2.1.2.2. Proprietà reologiche durante l'impasto, la fermentazione e la cottura in forno
  - 2.1.3. Prodotti derivati dai cereali: Ingredienti, additivi e coadiuvanti. Classificazione ed effetti
- 2.2. Cereali e prodotti derivati II
  - 2.2.1. Processo di cottura: fasi, modifiche prodotte, attrezzature utilizzate
  - 2.2.2. Caratterizzazione strumentale, sensoriale e nutrizionale dei prodotti a base di cereali
  - 2.2.3. Applicazione della refrigerazione nella panificazione. Pane precotto surgelato. Qualità del processo e del prodotto
  - 2.2.4. Prodotti senza glutine derivati da cereali. Caratteristiche di formulazione, processo e qualità
  - 2.2.5. Prodotti a base di pasta. Ingredienti e lavorazione. Tipi di pasta
  - 2.2.6. Innovazione nei prodotti da forno. Tendenze nel design del prodotto

- 2.3. Latte e prodotti caseari. Uova e prodotti a base di uova I
  - 2.3.1. Qualità igienico-sanitaria del latte
    - 2.3.1.1. Origine e livelli di contaminazione. Microbiota iniziale e contaminante
    - 2.3.1.2. Presenza di contaminanti chimici: residui e contaminanti
    - 2.3.1.3. Influenza dell'igiene nella catena di produzione e commercializzazione del latte
  - 2.3.2. Produzione di latte. Sintesi del latte
    - 2.3.2.1. Fattori che influenzano la composizione del latte: estrinseci e intrinseci
    - 2.3.2.2. Mungitura: buone pratiche di processo
  - 2.3.3. Pretrattamento del latte in azienda: filtrazione, refrigerazione e metodi alternativi di conservazione
  - 2.3.4. Trattamenti nell'industria lattiero-casearia: chiarificazione e bactofugazione, scrematura, standardizzazione, omogeneizzazione, disaerazione. Pastorizzazione. Definizione. Procedimenti, Temperature di trattamento e fattori limitanti
    - 2.3.4.1. Tipologie di pastorizzazione. Confezionamento. Controllo di qualità. Sterilizzazione. Definizione
    - 2.3.4.2. Metodi: convenzionale, UHT, altri sistemi. Confezionamento. Controllo qualità Difetti di fabbricazione e alterazioni
    - 2.3.4.3. Tipi di latte pastorizzato e sterilizzato. Selezione del latte. Frullati e Latte aromatizzato. Processo di miscelazione. Latte arricchito. Processo di arricchimento
    - 2.3.4.4. Latte evaporato. Latte condensato
  - 2.3.5. Sistemi di conservazione e di confezionamento
  - 2.3.6. Controllo di qualità del latte in Polvere
  - 2.3.7. Sistemi di confezionamento e controllo della qualità del latte
- 2.4. Latte e prodotti lattiero-caseari. Uova e prodotti a base di uova I
  - 2.4.1. Derivati del Latte. Panna e Burro
  - 2.4.2. Processo di produzione. Metodi di produzione continua. Confezione e conservazione. Difetti di fabbricazione e alterazioni
  - 2.4.3. Latte fermentato: Yogurt. Trattamenti preparatori del latte. Processi e sistemi di produzione
    - 2.4.3.1. Tipi di yogurt. Problemi nella produzione. Controllo della qualità
    - 2.4.3.2. Prodotti BIO e altri latte acidofilo
  - 2.4.4. Tecnologia della produzione del formaggio: trattamenti preparatori del latte
    - 2.4.4.1. Produzione di cagliata: sineresi. Pressatura. Salatura
    - 2.4.4.2. Attività dell'acqua nel formaggio. Controllo e conservazione della salamoia
    - 2.4.4.3. Maturazione del formaggio: agenti coinvolti. Fattori che determinano la maturazione. Effetti della contaminazione del biota
    - 2.4.4.4. Problemi tossicologici del formaggio
  - 2.4.5. Additivi e trattamenti antimicotici
  - 2.4.6. Gelato. Caratteristiche. Tipi di gelato. Processo di produzione
  - 2.4.7. Uova e prodotti a base di uova
    - 2.4.7.1. Uova fresche: lavorazione di uova fresche come materia prima per la produzione di prodotti a base di uova
    - 2.4.7.2. Prodotti a base di uova: liquidi, congelati e disidratati
- 2.5. Prodotti vegetali I
  - 2.5.1. Fisiologia e tecnologia post-raccolta. Introduzione
  - 2.5.2. Produzione di frutta e verdura, necessità di conservazione post-raccolta
  - 2.5.3. Respirazione: il metabolismo respiratorio e la sua influenza sulla conservazione post-raccolta e sul deterioramento degli ortaggi
  - 2.5.4. Etilene: sintesi e metabolismo. Implicazione dell'etilene nella regolazione della maturazione dei frutti
  - 2.5.5. Maturazione della frutta: Processo di maturazione, le generalità e il relativo controllo
    - 2.5.5.1. Maturazione climaterica e non climaterica
    - 2.5.5.2. Cambiamenti compositivi: cambiamenti fisiologici e biochimici durante la maturazione e la conservazione di frutta e verdura
- 2.6. Prodotti vegetali II
  - 2.6.1. Principi di conservazione di frutta e verdura attraverso il controllo dei gas ambientali. Modalità d'azione e applicazioni nella conservazione di frutta e verdura
  - 2.6.2. Conservazione in frigorifero. Controllo della temperatura nella conservazione di frutta e verdura
    - 2.6.2.1. Metodi e applicazioni tecnologiche
    - 2.6.2.2. Danno da raffreddamento e relativo controllo
  - 2.6.3. Traspirazione: controllo delle perdite d'acqua nella conservazione di frutta e verdura
    - 2.6.3.1. Principi fisici. Sistemi di controllo
  - 2.6.4. Patologia post-raccolta: principali deterioramenti e marciumi durante la conservazione di frutta e verdura. Sistemi e metodi di controllo
  - 2.6.5. Prodotti di IV Gamma
    - 2.6.5.1. Fisiologia dei prodotti vegetali: tecnologie di gestione e conservazione
- 2.7. Prodotti vegetali III
  - 2.7.1. Creazione delle conserve vegetali: Descrizione di una tipica linea di conserve vegetali
    - 2.7.1.1. Esempi dei principali tipi di conserve di verdure e legumi
    - 2.7.1.2. Nuovi prodotti di origine vegetale: zuppe fredde
    - 2.7.1.3. Descrizione di una tipica linea di confezionamento della frutta

- 2.7.2. Lavorazione del succo e del nettare: estrazione e trattamento del succo
  - 2.7.2.1. Sistemi di lavorazione, stoccaggio e confezionamento asettici
  - 2.7.2.2. Esempi di linee di produzione per i principali tipi di succhi di frutta
  - 2.7.2.3. Produzione e conservazione di prodotti semilavorati: prodotti cremogenati
- 2.7.3. Produzione di confetture, marmellate, confetture e gelatine: processo di produzione e confezionamento
  - 2.7.3.1. Esempi di linee di produzione caratteristiche
  - 2.7.3.2. Additivi utilizzati nella produzione di confetture e marmellate
- 2.8. Bevande alcoliche e oli
  - 2.8.1. Bevande alcoliche: Vino. Processo di produzione
    - 2.8.1.1. Birra: processo di produzione. Tipologie
    - 2.8.1.2. Acquaviti e liquori: Processi di produzione e tipi
  - 2.8.2. Oli e grassi: Introduzione
    - 2.8.2.1. Olio d'oliva: Sistema di estrazione dell'olio d'oliva
    - 2.8.2.2. Oli di semi oleosi. Estrazione
  - 2.8.3. Grassi di origine animale: Raffinazione dei grassi e degli oli
- 2.9. Carne e prodotti a base di carne
  - 2.9.1. Industria della carne: Produzione e consumo
  - 2.9.2. Classificazione e proprietà funzionali delle proteine muscolari: Proteine miofibrillari, sarcoplastiche e stromali
    - 2.9.2.1. Conversione del muscolo in carne: sindrome da stress suino
  - 2.9.3. Maturazione della carne. Fattori che influenzano la qualità della carne destinata al consumo diretto e all'industrializzazione
  - 2.9.4. Chimica della polimerizzazione: ingredienti, additivi e coadiuvanti della polimerizzazione
    - 2.9.4.1. Processi di polimerizzazione industriale: processi di polimerizzazione a secco e a umido
    - 2.9.4.2. Alternative al nitrito
  - 2.9.5. Prodotti a base di carne marinata cruda e carne cruda: fondamenti e problemi di conservazione. Caratteristiche delle materie prime
    - 2.9.5.1. Tipi di prodotti. Operazioni di produzione
    - 2.9.5.2. Alterazioni e difetti
  - 2.9.6. Insaccati e prosciutti cotti: principi di base della preparazione di emulsioni di carne. Caratteristiche e selezione e delle materie prime
    - 2.9.6.1. Operazioni di produzione tecnologica. Sistemi industriali
    - 2.9.6.2. Alterazioni e difetti

- 2.10. Pesce e crostacei
  - 2.10.1. Pesce e crostacei. Caratteristiche di interesse tecnologico
  - 2.10.2. Principali attrezzi industriali per la pesca e la molluschicoltura
    - 2.10.2.1. Operazioni unitarie di tecnologia ittica
    - 2.10.2.2. Conservazione a freddo del pesce
  - 2.10.3. Salatura, decapaggio, essiccamento e affumicatura: aspetti tecnologici della produzione
    - 2.10.3.1. Caratteristiche del prodotto finale. Prestazioni
  - 2.10.4. Commercializzazione

### Modulo 3. Marketing e comportamento del consumatore

- 3.1. Concetto e funzione del marketing in azienda
  - 3.1.1. Concetto e Natura del marketing
  - 3.1.2. Processo di Marketing
  - 3.1.3. I mercati dell'azienda
  - 3.1.4. Evoluzione degli approcci aziendali al mercato
  - 3.1.5. Evoluzione e tendenze attuali del Marketing
- 3.2. Il comportamento dei consumatori in relazione agli alimenti
  - 3.2.1. Natura e ambito dello studio del comportamento del consumatore
  - 3.2.2. Fattori che influenzano il comportamento del consumatore
  - 3.2.3. Processo decisionale d'acquisto
  - 3.2.4. Il processo organizzativo di acquisto
- 3.3. Ricerca sul mercato alimentare
  - 3.3.1. Concetto, obiettivi e tipi di ricerca di marketing
  - 3.3.2. Fonti di informazione del marketing
  - 3.3.3. Il processo di ricerca di marketing
  - 3.3.4. Strumenti di ricerca di mercato
  - 3.3.5. Mercati e clienti: segmentazione
- 3.4. Decisioni di marketing relative agli alimenti come prodotto commerciale
  - 3.4.1. Gli alimenti come prodotti, caratteristiche e classificazione
  - 3.4.2. Decisioni sui prodotti alimentari
  - 3.4.3. Decisioni sul marchio

- 3.5. Sviluppo e commercializzazione di nuovi alimenti
  - 3.5.1. Strategie di sviluppo di nuovi prodotti
  - 3.5.2. Fasi dello sviluppo di nuovi prodotti
  - 3.5.3. Gestione dei nuovi prodotti
  - 3.5.4. Politica di marketing nel ciclo di vita del prodotto
- 3.6. Amministrazione e politiche di determinazione dei prezzi
  - 3.6.1. Prezzi, approccio al concetto
  - 3.6.2. Metodi di determinazione dei prezzi
  - 3.6.3. Strategie di determinazione del prezzo per i nuovi prodotti
  - 3.6.4. Definire i prezzi di un assortimento di prodotti
  - 3.6.5. Strategie di adeguamento dei prezzi
- 3.7. Comunicazione con il mercato
  - 3.7.1. Il ruolo della comunicazione di marketing
  - 3.7.2. Strumenti di comunicazione
  - 3.7.3. Sviluppare una comunicazione efficace
  - 3.7.4. Fattori di definizione del mix di comunicazione
- 3.8. Distribuzione degli alimenti
  - 3.8.1. Introduzione
  - 3.8.2. Decisioni di progettazione del canale
  - 3.8.3. Decisioni relative alla gestione del canale
  - 3.8.4. Integrazione di canali e sistemi
  - 3.8.5. Cambiamenti nell'organizzazione del canale
- 3.9. Processo decisionale del consumatore
  - 3.9.1. Caratteristiche dello stimolo e del mercato e la relazione con la decisione del consumatore
    - 3.9.1.1. Comportamento d'acquisto: esteso, limitato e di routine
    - 3.9.1.2. Comportamento d'acquisto con alto e basso coinvolgimento
    - 3.9.1.3. Tipologia di acquirente
  - 3.9.2. Riconoscimento del problema: concetto e fattori di influenza
  - 3.9.3. La ricerca di informazioni: concetto, tipi, dimensioni e fattori determinanti del processo di ricerca
  - 3.9.4. La valutazione delle informazioni: criteri di valutazione e regole o strategie decisionali
  - 3.9.5. Aspetti generali della scelta del marchio
    - 3.9.5.1. La scelta dello stabile
    - 3.9.5.2. Processi successivi post-acquisto
- 3.10. La dimensione sociale del processo di acquisto da parte del consumatore
  - 3.10.1. La cultura e la sua influenza sui consumatori: dimensioni, concetto e caratteristiche della cultura
  - 3.10.2. Il valore del consumo nelle culture occidentali
    - 3.10.2.1. Strati sociali e comportamento dei consumatori: concetto, caratteristiche e procedure di misurazione
    - 3.10.2.2. Stili di vita
  - 3.10.3. Gruppi: concetto, caratteristiche e tipi di gruppi
    - 3.10.3.1. L'influenza della famiglia sulle decisioni di acquisto
    - 3.10.3.2. Tipi di decisioni di acquisto in famiglia e fattori che influenzano il processo decisionale familiare
    - 3.10.3.3. Ciclo di vita familiare



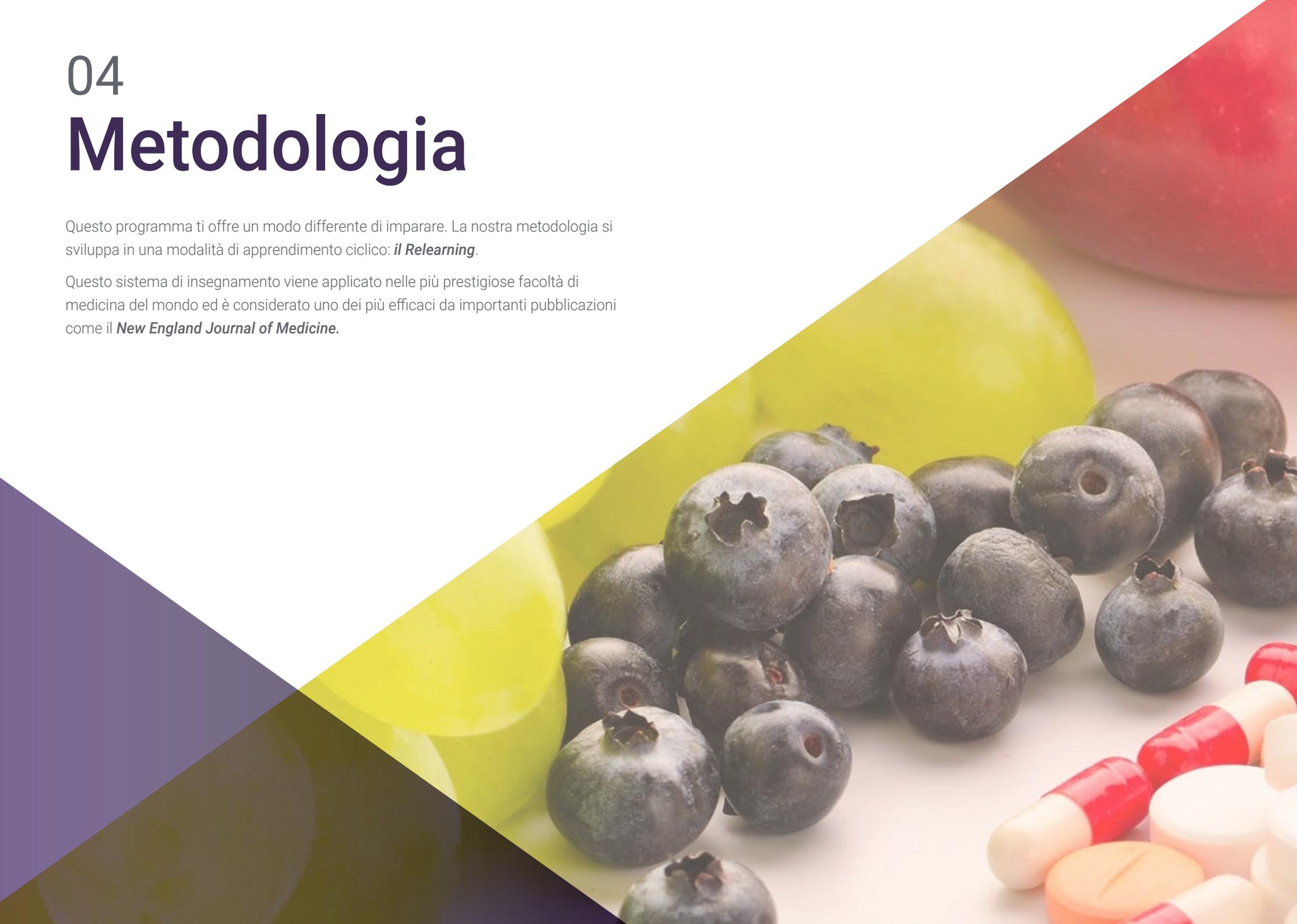
*Questo programma ti porterà a conoscere le ultime strategie di mix marketing e l'innovazione nel packaging nel settore alimentare"*

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:



#### **Materiale 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**

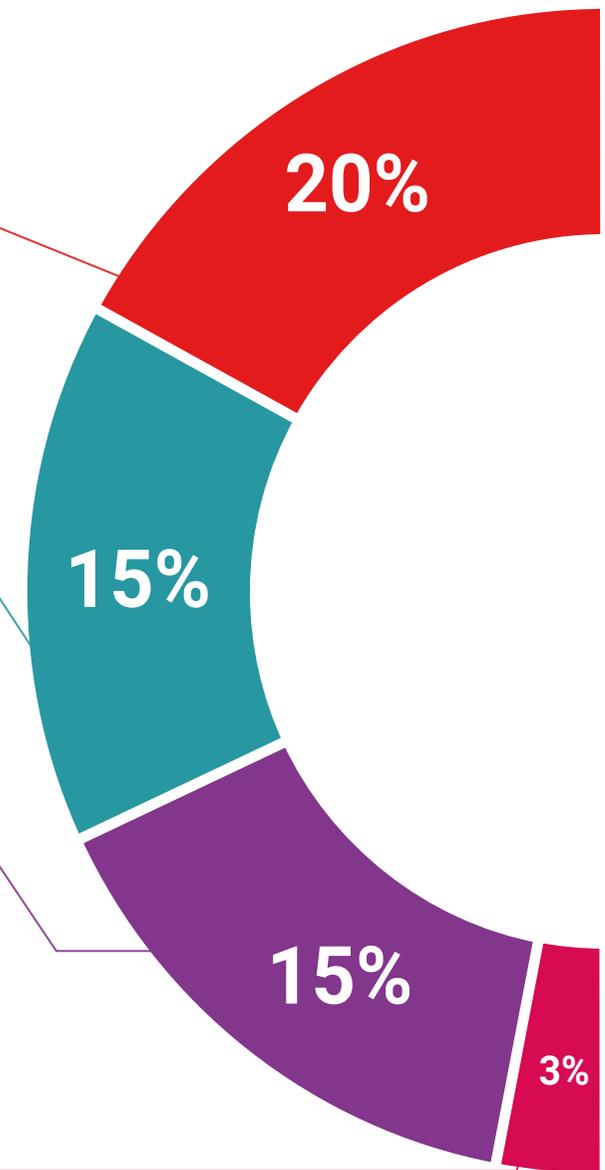
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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

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



“

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

Questo **Esperto Universitario in Marketing e Gestione Aziendale 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 **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Esperto Universitario in Marketing e Gestione Aziendale nell'Industria Alimentare**

N° Ore Ufficiali: **450 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

**Esperto Universitario**  
Marketing e Gestione  
Aziendale nell'Industria  
Alimentare

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

# Esperto Universitario

Marketing e Gestione Aziendale  
nell'Industria Alimentare