

DATOS GENERALES

Curso académico

Tipo de curso	Diploma de Postgrado
Número de créditos	10,00 Créditos ECTS
Matrícula	400 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Diplomados, Licenciados y/o Graduados en: Nutrición Humana y Dietética, Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Farmacia, Veterinaria, Medicina, Enfermería, A.D.E., Psicología, Trabajo social Técnico de grado medio o superior que desarrollen su actividad en la industria alimentaria, restauración colectiva o salud pública.
Modalidad	Semipresencial
Lugar de impartición	Semipresencial. Aula virtual y Facultad de Farmacia Universitat de València (U.V.).
Horario	Siete sesiones presenciales por la tarde, de 3 y 4 horas, para los talleres de los módulos 2 y 3, a fijar finales de enero de 2015. El módulo 4 requerirá de tres sesiones presenciales, en horario de tarde, dos en febrero y una en marzo (para la exposición del trabajo individual).

Dirección

Organizador	Departament de Medicina Preventiva i Salut Pública, Ciències de l'Alimentació, Toxicologia i Medicina Legal Facultat de Farmàcia
-------------	---

Dirección

Plazos

Preinscripción al curso	Hasta 30/09/2014
Fecha inicio	Octubre 2014
Fecha fin	Marzo 2015

Más información

Teléfono	961 603 000
E-mail	informacion@adeituv.es

OBJETIVOS

La promoción de la salud exige una respuesta coordinada de todos los agentes implicados entre los que se incluye no solo la industria alimentaria y el sector de la publicidad sino también las autoridades sanitarias, padres y madres, educadores y minoristas. Este diploma de especialización ofrece una visión general de la disciplina del marketing, especialmente sobre las políticas de comercialización e investigación de mercados que pueden ser relevantes para las empresas de la industria alimentaria. Entre sus objetivos principales se encuentran la adquisición de formación básica que capacite para una correcta selección de alimentos orientada a la promoción de la salud, la evaluación de la percepción del consumidor sobre la información y comprensión del etiquetado de alimentos así como una visión teórico-práctica de la empresa alimentaria y, de las funciones y aplicaciones del marketing en la industria alimentaria.

METODOLOGÍA

Semipresencial