LA INNOVACIÓN A TRAVÉS DEL ANÁLISIS SENSORIAL Y LA INVESTIGACIÓN DEL CONSUMIDOR

Fecha de inicio: **21 September 2021**
Fecha de fin: **30 November 2021**
Duración: **90 horas**
Horarios: **Flexibles**
Ubicación: **Moodle**
Modalidad: **Online**

Precio: **990€**

Descuentos:

Asociados Ainia	Estudiantes o desempleados	Inscripción múltiple
-30%	-20%	-10%
(693,00€)	(792,00€)	(-99,00€/INS)

Introducción

Para aumentar la competitividad las empresas del sector de alimentación es necesario innovar y lanzar nuevos productos al mercado. Estas innovaciones deben estar alineadas con las necesidades, preferencias y expectativas de los consumidores. Las ciencias sensoriales y de investigación del consumidor nos proporcionan herramientas para conocer e integrar los gustos y necesidades del consumidor a lo largo de todo el proceso de desarrollo y mejora de un producto. La investigación sensorial y del consumidor ha sido reconocida como una disciplina clave para las empresas, abarcando diferentes metodologías para guiar el proceso de innovación y hacer más fácil la comunicación y la interacción entre las diferentes áreas de la empresa (calidad, marketing, I + D). La información sensorial es clave desde un punto de vista estratégico y de negocio cuando se obtiene y se comunica de manera adecuada. El enfoque del curso, tanto a nivel de contenidos eminentemente prácticos como por su modalidad online, permitirá aumentar la formación de los profesionales de las empresas facilitando la toma de decisiones con un mayor rigor científico.

Objetivos

Estamos en un mercado global y cambiante, en el que innovar, mejorar, optimizar los productos que se lanzan al mercado es una actividad clave para la empresa. Pero, aproximadamente tres cuartas partes de los nuevos lanzamientos en alimentación de gran consumo abandonan el mercado antes de cumplir el primer año. Debemos innovar, pero, hay un aspecto que es el origen y la clave de la innovación, que es el consumidor, y del que a veces nos olvidamos. Toda innovación tiene un alto grado de riesgo, pero desconocer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores cuando se pretende innovar es un error que puede tener grandes consecuencias. El programa de formación on line INNSENS tiene como objetivo dotar a la pequeña y mediana empresa agroalimentaria de herramientas estratégicas para abordar la innovación de producto. El foco

se pone en las técnicas y metodologías de análisis sensorial y de investigación del consumidor, para conocer cómo el producto en sí mismo es entendido por el consumidor.

Dirigido a

Profesionales de la industria agroalimentaria (Departamentos de Producción, Calidad, I+D y Márketing)

Metodología

La metodología de trabajo de formación on line se basa en la participación, la cooperación y el aprendizaje guiado, a través de la plataforma de teleformación. El profesor/tutor se encarga de la dinamización del curso así como de atender cualquier duda surgida con la plataforma y su uso, asistencia técnica, resolución de posibles incidencias, asesoramiento didáctico, organización y gestión de las acciones formativas. Pautas formativas:

- Seguimiento y acompañamiento del alumno a lo largo del curso.
- El eje del proceso enseñanza-aprendizaje es el propio alumno, teniendo en cuenta que cada alumno tiene su propia experiencia y conocimientos previos.
- Atención personalizada y tutorización asistida a través de E-mail, con un plazo de respuesta máximo de 72 horas.

Al finalizar el curso, gracias a la evaluación continua mediante cuestionarios, tareas, ejercicios y/o autoevaluaciones desarrolladas a lo largo del curso, el alumno obtendrá un certificado de aprovechamiento, siempre que haya alcanzado los objetivos mínimos en cuanto a trabajo, esfuerzo y conocimientos. Tras ello, y cumplimentado el cuestionario de satisfacción, podrá descargar su certificado de asistencia y aprovechamiento desde el propio campus virtual. Para considerar finalizado el curso con éxito se debe enviar todos los ejercicios propuestos, realizar las autoevaluaciones de cada módulo y obtener una puntuación media superior al 75%.

Programa

Los contenidos incluirán los fundamentos de la percepción sensorial y los factores que afectan a la medida sensorial. Metodologías y aplicaciones en control de calidad, desarrollo de producto e innovación. Planificación y diseño de estudios sensoriales y análisis e interpretación de resultados. El curso incluye la realización de casos prácticos que reflejan la problemática real de la empresa y su resolución de manera operativa.

1. Introducción al análisis sensorial
2. Los sentidos
3. Factores que afectan a la medida sensoriales

4. Métodos sensoriales y de investigación del consumidor
5. Aplicaciones del análisis sensorial
6. Elementos clave en la ejecución de un estudio sensorial (muestrsa, jueces y condiciones de evaluación).
7. Planificando un estudio sensorial
8. Análisis de datos e informe
9. Casos prácticos

El programa formativo está integrado por distintos elementos como vídeos narrados, artículos científicos de apoyo y test de autoevaluación que facilitan el aprendizaje. En todo momento los participantes están acompañados por docentes y tutoras expertas en este ámbito temático.