

CURSO DE POSGRADO

Metodologías para estudiar la percepción del consumidor durante el desarrollo de nuevos productos

(Res. CD FCS.)

Institución organizadora: Instituto de Investigaciones Sensoriales de Alimentos (IISA) de la Facultad de Ciencias de la Salud - Universidad Nacional de Salta –

Directora: Lic. Raquel Guanca (UNSa)

Coordinadoras:

Lic. Ana María Jury (UNSa)

Dra. María Cristina Goldner (INIQUI-CONICET)

Docente a cargo: **Dr. Gastón Ares**

Universidad de la República - Uruguay

Destinatarios: alumnos de posgrado, docentes e investigadores de instituciones nacionales, personal de empresas privadas y otros relacionados con la temática del curso. Licenciados en nutrición, licenciados en tecnología de los alimentos, ingenieros en alimentos, licenciados en biotecnología, licenciados en marketing y carreras afines

Fecha: 31 de julio al 4 de agosto del 2017.

Horario: lunes a viernes de 8 a 13 hs. y de 14 a 18 hs.

Lugar: aula virtual de la Facultad de Ciencias Exactas Universidad Nacional de Salta

Requisitos: conocimientos básicos de Excell.

Cantidad de horas: El curso tendrá una duración de **60 horas**. (40 presenciales y 20 prácticas). Las horas se acreditan para doctorado.

Método de evaluación: 80% asistencia y trabajo final.

Cupo: 25 participantes

Importancia del curso

En el mercado actual, el desarrollo de nuevos productos es fundamental para agregar valor a los productos y aumentar la competitividad de las empresas. El desarrollo de productos exitosos requiere un profundo entendimiento de la percepción del consumidor. En este contexto, el presente curso enseñará una amplia gama de metodologías cuali y cuantitativas que pueden aplicarse en las distintas etapas para entender al consumidor y guiar el proceso de desarrollo. Se presentarán recomendaciones de implementación y análisis de resultados utilizando el programa estadístico R (gratuito).

Contenidos:

1. Proceso de desarrollo de alimentos.

Introducción general. Características generales

2. Introducción a los estudios con consumidores.

Introducción general. Factores determinantes de la percepción hedónica.

3. Técnicas cualitativas de estudios con consumidores.

Aplicación de nuevas técnicas cualitativas. Asociación libre. Redes sociales

4. Identificación de las características de un producto más relevantes para el consumidor.

Análisis conjunto (*Conjoint analysis*).

5. Aceptabilidad y preferencia.

Escalas hedónicas. Estudio de atributos individuales.

6. Identificación de segmentos de mercado.

Análisis de conglomerados (*Cluster analysis*).

7. Métodos de caracterización sensorial basadas en la percepción del consumidor.

Preguntas "marque todo lo que corresponda" (*Check all that apply*, CATA), métodos holísticos basados en la percepción global de similitudes y diferencias (Mapeo proyectivo).

8. Identificación de las características sensoriales responsables de la preferencia de los consumidores.

Análisis de componentes principales (*Principal component analysis*, PCA). Mapeos de preferencia internos y externos.

Inscripciones:

Preinscripción: podrá solicitarse a la dirección crisigol@gmail.com

Aranceles: alumnos de posgrado \$1300, docentes e investigadores y personal de instituciones nacionales \$1500, otros \$2000.

Para formalizar la inscripción se deberá enviar el comprobante de depósito o transferencia en formato electrónico o escaneado a sepeisal@unsa.edu.ar juntamente con la planilla de inscripción.

Formas de pago:

1. Efectivo. Se abonará en la Dirección de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Salud, UNSa, 1° piso. Edificio nuevo de Fac. de Cs. de la Salud. Lunes a viernes de 8 a 15 hs.
2. Depósito o transferencia bancaria: Banco Nación Argentina, Suc. Salta Cuenta corriente n° 453-20228/28 unas Fac. Cs. de la Salud
CUIT: 30-58676257-1
CBU: 0110453420045320228288

Informes: Dra. Ma. Cristina Goldner, crisigol@gmail.com

