

Docenti

Ing. Lucia Bailetti

Direttore del Centro Italiano di Analisi Sensoriale, membro professionale della IFT (Institute of Food Technologists – USA) divisione Analisi Sensoriale, SISS (Società Italiana di Scienza Sensoriale), AAIA (Associazione Arg. Ingegnere Alimentare). Docente a contratto di analisi sensoriale per l'Università degli Studi di Verona, è consulente nei settori Ricerca&Sviluppo e Marketing per aziende nazionali ed internazionali.

Dott. Alessio Cavicchi

Ricercatore di Economia Agraria presso l'Università degli Studi di Macerata, che approfondirà la conoscenza delle tecniche analitiche delle scelte del consumatore nell'ambito della scienza di consumo.

Dott. Riccardo Pellegrini

Panel Leader del Centro Italiano Analisi Sensoriale (CIAS).

Iscrizione

Per iscriversi è necessario compilare il modulo disponibile sul sito www.scienzeensoriali.it e spedirlo alla segreteria (segreteria@scienzeensoriali.it) entro il **28 settembre 2012**.

Le quote di iscrizione sono pari a euro 750 per i soci SISS e 850 per i non soci e sono comprensive dei coffee break, lunch e materiali del corso. È inoltre prevista una quota ridotta pari a euro 750 per dottorandi/dottori di ricerca che hanno conseguito il titolo da max 2 anni, studenti e laureati da max 2 anni, aziende che partecipano con più di una persona allo stesso corso.

Per ulteriori informazioni:

www.scienzeensoriali.it

segreteria@scienzeensoriali.it

Segreteria SISS – Tel. (+39) 340 5462245

Centro Italiano di analisi Sensoriale (CIAS)

info@analisiensoriale.it

www.analisesensoriale.it

Società Italiana di Scienze Sensoriali

Corso di formazione intensivo



Centro Italiano
di Analisi Sensoriale

SENSORY PANEL MANAGEMENT

8-10 ottobre 2012

Centro Italiano di Analisi Sensoriale

Via Cuoio, 19 Matelica

Il corso

Il corso ha l'obiettivo di affinare la professionalità di coloro che intendono ottimizzare al meglio le risorse, scegliendo e impostando i test sensoriali e sui consumatori nella maniera più idonea e specifica allo scopo d'indagine fissato. I partecipanti acquisiranno nozioni per gestire in modo efficace progetti di analisi sensoriale e studi di consumo, attraverso la corretta selezione, conduzione, analisi e interpretazione dei metodi al fine di ottenere risultati oggettivi, affidabili e riproducibili, requisito indispensabile per adottare la strategia vincente.

A chi si rivolge

Il corso si rivolge in particolare a:

- esperti del settore e studiosi di marketing, scienza del consumo ed analisi sensoriale;
- professionisti operanti nei settori del food e del non - food, che intendano utilizzare l'analisi sensoriale nel processo di programmazione e analisi strategica (sviluppo di prodotti, decisioni inerenti il marketing, analisi del comportamento del consumatore, etc.);
- tecnologi alimentari, chimici, biologi e tecnici di laboratorio.

Programma

Lunedì 8 ottobre 2012

◆ IL SISTEMA DI ANALISI SENSORIALE

- Introduzione al corso
- Ruolo dell'analisi sensoriale nell'industria

- Normativa internazionale di riferimento
- Il laboratorio
- Il panel leader: ruolo e funzioni
- Cenni di fisiologia degli organi di senso
- Il panel
- Programma di selezione e addestramento
- Panoramica dei metodi analitici

Martedì 9 ottobre 2012

◆ IL SISTEMA DI ANALISI SENSORIALE

- Criteri di scelta del metodo
- Metodi discriminanti quali-quantitativi
- Metodi descrittivi
- Elementi di statistica di base
- Analisi dei dati e elaborazione dei risultati
- Affidabilità del panel
- Casi studio (sviluppo e/o ottimizzazione di prodotto)

Mercoledì 10 ottobre 2012

◆ LA SCIENZA DEL CONSUMO

- Introduzione alla scienza del consumo
- Tipi di test e criteri di scelta
- Sensory testing vs Concept testing
- Casi studio sulle diverse tecniche di analisi
- Esercitazione Focus Group in Sensory and Consumer
- Analisi della divergenza tra percezione e comunicazione

◆ ESERCITAZIONI PRATICHE

- Esercitazioni pratiche sugli argomenti affrontati
- Discussione dei casi assegnati
- Eventuale confronto individuale sulle tematiche d'interesse dei singoli corsisti