

Feb₂₀₁₈
19/20

& Sensory & Consumer science

per l'innovazione di prodotto in azienda

Il processo di sviluppo di un prodotto, dalla formulazione fino al posizionamento nel mercato, rappresenta un momento complesso da gestire in tutte le sue variabili e allo stesso tempo un passo fondamentale per l'innovazione.

L'analisi sensoriale e la scienza del consumo sono la chiave di volta per il team di Ricerca & Sviluppo e per il Marketing.

Il corso vuole fornire ai partecipanti delle soluzioni metodologicamente affidabili e applicabili in azienda.

OBIETTIVI DEL CORSO

L'analisi sensoriale e la scienza del consumo applicate allo sviluppo di nuovi prodotti forniscono metodi accurati per le aziende dal carattere innovativo che vogliono evolvere insieme ai propri consumatori.

Il corso è strutturato per trasferire strumenti pratici da utilizzare nel processo d'innovazione ai membri dei team di Ricerca & Sviluppo e Marketing, massimizzando gli sforzi di entrambi i gruppi in fase d'innovazione.

I partecipanti al corso saranno formati sulle principali tecniche di analisi per la definizione di disegni di ricerca affidabili e replicabili, sulle metodologie da utilizzare nella fase di raccolta dati e sugli strumenti per l'analisi e la lettura degli output ottenuti dalla ricerca.

Per favorire l'assimilazione delle metodiche e incrementare le capacità di Problem Soling dei corsisti, saranno presentati case studies ed esercitazioni pratiche su problematiche che interessano fortemente il processo di creazione d'innovazione in azienda dalla formulazione di prodotto fino al posizionamento strategico nel mercato.

A CHI SI RIVOLGE

- Professionisti operanti nei settori del food e del non food, che intendono utilizzare l'analisi sensoriale nei processi di programmazione e analisi strategica (sviluppo di prodotti, decisioni inerenti il marketing, analisi del comportamento del consumatore, etc.).
- Esperti del settore e studiosi di marketing, scienza del consumo ed analisi sensoriale
- Tecnologi alimentari, chimici, biologi e tecnici di laboratorio.

SEDE DEL CORSO

via Grifoni, 27
62024 - Martelica (MC)


PROGRAMMA



19 FEBBRAIO 2018

1. Introduzione ai metodi per l'utilizzo dell'analisi sensoriale in azienda
2. Utilizzo del Check-All-That-Apply (CATA) per l'analisi qualitativa dei prodotti
3. Metodi rapidi per la descrizione degli attributi sensoriali: Free-Choice e Flash Profile
4. Differenza tra intensità e dominanza degli attributi sensoriali
5. Caratterizzazione sensoriale come leva di marketing per le aziende

20 FEBBRAIO 2018

1. Misurare la percezione sensoriale in relazione al comportamento dei consumatori
 2. Come indagare le preferenze dei consumatori per lo sviluppo di nuovi prodotti
 3. Ibridazione dei metodi in Sensory and Consumer Science per una risposta più efficace nel mercato: Preference Mapping, Penalty Analysis, Ideal Profile Method
 4. Analisi delle aspettative dei consumatori in relazione alle caratteristiche sensoriali, il brand e il prezzo
 5. Analizzare la disponibilità a pagare dei consumatori per posizionare al meglio i prodotti nel mercato
- 

DOCENTI

- Ing. Lucia Bailetti, direttore di CIAS INNOVATION - Centro Italiano di Analisi Sensoriale, docente di Analisi Sensoriale all'Università di Verona, membro professionale della IFT (Institute of Food Technologists – USA), SISS (Società Italiana di Scienze Sensoriali), AAIA (Associazione Arg. Ingegnere Alimentare). Già docente di Marketing presso l'Università di Buenos Aires, ha svolto un'importante esperienza nella Ricerca e Sviluppo dei prodotti alimentari presso aziende multinazionali leader nel mercato alimentare (Nestlé, MolinosRio de La Plata, Gancia). Nel corso degli anni è stata responsabile della formazione di panel in importanti aziende del settore agro-alimentare italiano.
- Prof. Maurizio Canavari, docente di Economia agraria ed estimo all'Università di Bologna, direttore della Summer School "Experimental auctions". Insegna Ricerche di Marketing e Metodi di ricerca nell'agribusiness presso la Facoltà di Agraria e svolge ricerche socio-economiche e di marketing nell'ambito del settore agro-alimentare, in particolare sui temi della qualità, dell'innovazione e del comportamento del consumatore. Ha pubblicato oltre 200 lavori scientifici a livello nazionale ed internazionale

PER ISCRIVERSI

Compilare il form all'indirizzo
<https://goo.gl/Efbxpz>

COSTO DI PARTECIPAZIONE

300 € (iva inclusa)

Il costo comprende la partecipazione al corso, il materiale didattico, i coffee break e il rilascio dell'attestato di partecipazione.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

info@analysisensoriale.it
www.analysisensoriale.it