

Programa de la materia

Desarrollo de productos alimenticios#

Objetivos:

- Instruir a los alumnos en todas las etapas del desarrollo de un producto alimenticio desde la concepción de la idea hasta la comercialización de este.
- Explorar las responsabilidades de un Licenciado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos en cada una de las etapas.
- Utilizar conocimientos y conceptos adquiridos en otras materias de la carrera en el desarrollo de un producto alimenticio

Programa de Clases

Clase 1 Fecha 20 de agosto

- Introducción al curso, alcance de este, método de evaluación.
 - Explorar el grupo de alumnos y sus características.
 - Conocer las expectativas de los alumnos.
- Introducción a la teoría de personalidades y su influencia en el trabajo en equipo.
 - Detallar los diferentes tipos de personalidades que pueden conformar un equipo.
 - Autoconocimiento de sus preferencias.

Clase 2 Fecha 23 de agosto

- Estrategia de comunicación de acuerdo con la personalidad del receptor del mensaje.
- Teoría de manejo de conflictos aplicando el MBTI

Clase 3 Fecha 27 de agosto

Trabajo Práctico

- Desarrollar estrategias de comunicación basadas en el tipo de personalidad del receptor del mensaje.

Clase 4 Fecha 30 de agosto

Conferencia con Cecilia Lopez Feybli BIMBO

- Responsabilidades de una persona de I&D. Habilidades requeridas en la Industria alimentaria local.

Clase 5 Fecha 3 de Setiembre

- Descripción de los tipos de proyectos relacionados con el desarrollo de los productos alimenticios.
 - Concepto de **Oferta Integral de Marca**
 - Ciclo de vida de un producto.
 - Diferentes tipos de proyectos.
 - Ejemplos de cada uno de los casos

Clase 6 Fecha 6 de setiembre

Trabajo Práctico

- Casos de estudio sobre diferentes tipos de proyectos (Decofruit & Brand Positioning).

Clase 7 Fecha 10 de setiembre

Conferencia con Manuel Quintana General Mills USA

- Tipos de proyectos en la Industria Alimentaria

Clase 8 Fecha 13 de Setiembre

- Introducción a conceptos de Marketing
- Identificación de las necesidades insatisfechas y/o cambios de hábitos de los consumidores.
- Descripción de las metodologías más usuales empleadas por las empresas en los estudios de Mercado.
- Rol del departamento técnico en los estudios de mercado.
- Ejemplos de los diferentes tipos de Investigaciones.

Clase 9 Fecha 17 de setiembre

- Continuación clase anterior Conceptos de Marketing
- Ejemplos de Estudios de Mercado.

Clase 10 Fecha 20 de setiembre

Conferencia con Pablo Pla (San Miguel)

- Experiencias con investigaciones de Mercado

Clase 11 Fecha 24 de setiembre

Trabajo Práctico

- Revisión de investigaciones de mercado

Clase 12 Fecha 27 de setiembre

Trabajo práctico

- Presentaciones relacionadas con el mercado de Quesos untables entre otros ejemplos

Clase 13 Fecha 1 de octubre

Charla con persona a designar

- Proyectos en una Pyme en Argentina

Clase 14 Fecha 4 de octubre

- Correlaciones entre propiedades funcionales y atributos de los productos finales

Clase 15 Fecha 15 de octubre

Trabajo Práctico

- Desarrollo de atributos relevantes en productos alimenticios

Clase 16 Fecha 18 de octubre

- Conceptos de Finanzas
- Estado financieros P&L.
- Capital de trabajo.
- Cash Flow
- Análisis de inversiones.

Clase 17 Fecha 22 de octubre

Trabajo Práctico

- Análisis de P&L, estados financieros de diferentes compañías y evaluación de proyectos. Boston Beer caso de estudio

Clase 18 Fecha 25 de octubre

Conferencia Luis Verdaro Mc Cain

- Evaluación financiera de proyectos

Clase 19 Fecha 29 de octubre

- Herramienta para la aprobación de proyectos
- Descripción de la metodología Stage Gate
- Describir rol de los Gatekeepers.
- Aplicación del Stage Gate a diferentes tipos de proyectos

Clase 20 Fecha 1 de noviembre

Trabajo Práctico

- Caso de estudio 3 M Taiwan

Clase 21 Fecha 5 de noviembre

Conferencia Maximiliano Sassone Danone

- Aplicación del Stage gate en la práctica

Clase 22 Fecha 29 de octubre

- Diseño de un producto inocuo.
- Descripción de los criterios ARPCC (HACCP) Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control.
- Introducción al HARPC de ¿o en? la nueva legislación de la FDA.
- PCC (Puntos Críticos de Control), Pre-requisitos y su rol en las especificaciones del producto.

Clase 23 Fecha 8 de noviembre

- Continuación HACCP

- Discusión de planes HACCP para un vegetal fresco mínimamente procesado y queso Gouda
- Discusión de plan HACCP para fábrica de pastas rellenas.

Clase 24 Fecha 12 de noviembre

Trabajo Práctico

- Presentación de planes HACCP elaborados por los alumnos

Clase 25 Fecha 15 de noviembre

Conferencia Carlos Leoncini Consultor independiente

- Aplicación de planes HACCP y Auditorias en la Industria alimentaria.

Clase 26 Fecha 29 de noviembre

- Desarrollo de un producto que satisface las demandas de los consumidores.
- Identificar lo que es relevante para el consumidor.
- Especificaciones
- Scale up

Clase 27 Fecha 3 de diciembre

Trabajo Práctico

- Desarrollo de un sistema capaz de producir el Gold Standard

Clase 28 Fecha 6 de diciembre

Conferencia Natalia Faiden General Mills USA

- Control estadístico de procesos y casos reales en la industria alimentaria

Clase 29 Fecha 10 de diciembre

Trabajo Práctico

- Presentación Grupal Estudio de los proyectos

Actividad

- Visita a un departamento de Investigación y Desarrollo de una empresa de alimentos.
 - Entrevista con Profesionales de diferentes niveles que desempeñan funciones en empresa alimentarias.
 - Visita a los laboratorios de la empresa.
 - Entrevista con personal de recursos humanos de la empresa

Esta actividad se llevará a cabo en la medida que la situación sanitaria lo permita.

Evaluación Final Fecha 13 de diciembre.