



Máster Universitario de Gestión e Innovación Nutricional en Empresas Alimentarias (MINEA)

Conducta alimentaria y consumidores

1. Presentación

Esta asignatura explora la conducta alimentaria del consumidor, analizando cómo come, qué le motiva y cómo percibe los alimentos. Se analizará la fisiología del apetito y la satisfacción, así como la influencia de la información, la innovación de productos basada en el análisis sensorial y las estrategias de mercado. También se abordan aspectos clave como la ética y sostenibilidad en la empresa alimentaria. Así, la asignatura ofrece una visión integral para entender y gestionar la complejidad del comportamiento del consumidor en el sector alimentario y proporciona herramientas clave para entender y anticipar las dinámicas de consumo en un entorno en constante evolución.

Titulación: Máster Universitario de Gestión e Innovación Nutricional en Empresas Alimentarias (MINEA)

Materia: Innovación en nutrición para el cuidado de la salud / Nuevas tendencias en nutrición y salud.

Carácter: Obligatorio

Créditos (ECTS): 2 ECTS

Departamento/Facultad: Farmacia y Nutrición

Idioma en que se imparte: español

Profesor responsable: Roncesvalles Garayoa. Otros profesores: M.^a Paz de Peña, Irina Makarova, Eva Almirón, M.^a Concepción Manrique

2. Resultados de Aprendizaje

Competencias

RA1. Comprender los últimos avances de investigación en nutrición y salud para aplicarlos al diseño de alimentos y dietas saludables y sostenibles.

RA5. Analizar los factores que influyen en el comportamiento alimentario y el rol del consumidor en las empresas alimentarias.

RA12. Utilizar herramientas y aplicaciones avanzadas para la investigación y desarrollo de nuevos productos alimentarios según el marco regulatorio, las normas de calidad de la empresa alimentaria, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los Estándares Europeos de Informes de Sostenibilidad (ESRS).



3. Actividad formativa

Esta es una asignatura de 2 ECTS (50 h). El trabajo se distribuye de la siguiente manera:

- Clases presenciales teóricas: 9h
- Clases presenciales prácticas y talleres: 9h
- Conferencias: 2h
- Trabajo no presencial del estudiante: 27h
- Tutorías: 1h
- Evaluación: 2h

4. Evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA

- Trabajo y actividades en grupo: 25%
- Participación activa en las clases, trabajo y actividades individuales: 25%
- Prueba de evaluación final: 50%. La prueba constará de preguntas tipo test.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Los estudiantes que no aprueben en la convocatoria ordinaria (puntuación mínima de 5 sobre 10), deberán volver a realizar la prueba de evaluación final o presentar las actividades indicadas por la profesora (incluyendo, en caso necesario, un trabajo individual que sustituya al trabajo en grupo).

5. Programa

- ¿Por qué comemos como comemos? Claves para entender la conducta alimentaria.
- ¿Qué quiere el consumidor? Percepciones, preferencias y comportamientos.
- ¿Cómo se comunica un alimento? Estrategias de información al consumidor.
- Gestión de las necesidades y expectativas del consumidor cautivo.
- Análisis sensorial y preferencias del consumidor: claves para la innovación y desarrollo de nuevos alimentos.
- Diseño y desarrollo de estudios de mercado para conocer el comportamiento del consumidor.
- Apetito, satisfacción y estado nutricional: claves fisiológicas y conductuales de la alimentación.
- Del plato al consumidor: Explorando la conducta alimentaria desde la práctica.
- Lo que el consumidor no ve: ética y sostenibilidad en las empresas alimentarias.

6. Bibliografía y recursos

En cada sesión de la asignatura, se facilitarán los recursos correspondientes.

7. Horarios atención

Previa cita por correo electrónico (rgarayo@unav.es)