



oferece

CURSO DE ANÁLISE SENSORIAL SENSOMETRIA COM O USO DO R

**15 a 17 de fevereiro de 2016
Curitiba - PR**

Introdução:

Ao acessar o site da Sociedade de Sensometria você irá observar que o primeiro objetivo desta sociedade é a **conscientização do fato** de que a ciência sensorial e do consumidor precisa de sua **própria metodologia e métodos estatísticos especiais**. O desafio, portanto, é identificar os conceitos fundamentais que afetam a aplicação das técnicas estatísticas, as quais estejam associadas ao método que irá atingir o objetivo da pesquisa e expressem os resultados de forma simples e efetiva para a correta interpretação desses resultados. O correto entendimento e interpretação dos resultados permite que as empresas e demais organizações possam tomar decisões com uma boa base de informação para vários objetivos, tais como: novos negócios, novas linhas de pesquisa, redução de custos, harmonização, produção flexível, entre outros.

Objetivos:

Oferecer atualização dos conhecimentos fundamentais sobre a Sensometria com o uso do R. Conhecer e utilizar esta ferramenta. Orientar ao planejamento, execução, análise e interpretação da sensometria.

Contribuição Esperada:

- Planejar estudos sensoriais com o uso do R.
- Saber obter e interpretar os resultados necessários para alavancagem competitiva da organização por meio dos recursos e métodos de controle de qualidade, desenvolvimento de produtos e pesquisas de mercado.

Programação:

Em anexo.

Obs.: Os participantes deverão trazer seus *notebooks* pessoais. Haverá orientação para download prévio do R.

A quem se destina:

- **Profissionais que tenham cursado Estatística na graduação ou tenham experiência prévia de tratamento de dados na área de análise sensorial. Recomenda-se, com ênfase, conhecimento prévio em estatística descritiva, bem como experiência em provas de significância como teste t de Student e teste F, ou**
- **Profissionais certificados com o Módulo I ou II.**

Ministrado por:

Silvia Deboni Dutcosky, Prof^a. Dr^a. Doutora em Ciência de Alimentos (UEL), Pós-doutorado na área de gestão da inovação (Administração UFPR). Profissional com mais de 30 anos de experiência na área de desenvolvimento de produtos e processos para a indústria. Especialista em ciência sensorial e do consumidor (Universidade de Davis-Califórnia) e em cereais, alimentos funcionais e dietéticos. Gerenciou equipes de P&D e projetos de inovação, integrados com marketing e estudos com consumidores. Prestou consultoria técnica para mais de 20 empresas, participou da implantação de algumas delas e já lançou mais de 30 categorias de produtos no mercado. Iniciou o curso de Engenharia de Alimentos da PUCPR. Criou e estruturou o primeiro curso de Pós-Graduação no Brasil em Desenvolvimento de Novos Produtos Alimentícios, em 2002. Autora do livro ANÁLISE SENSORIAL DE ALIMENTOS, 4ª edição 2013. Coordenadora da Comissão de Análise Sensorial ABNT CEE-174.

Adilson dos Anjos, Prof^o. Dr. Doutorando em Engenharia de Produção na UFSC. Mestrado em Agronomia (Estatística e Experimentação Agrônômica) pela USP (1998). Graduação em Agronomia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Atualmente é professor do Departamento de Estatística da UFPR.

Datas e Horários:

15 a 17 de fevereiro de 2016, das 8:00 às 17:00h.

Total: 24 horas aula

Local:

FUNPAR – Fundação da Universidade Federal do Paraná
Rua João Negrão, 280 - Centro – Curitiba – PR
Sala 2.

Informações e Inscrições:

Fones: (41) 8898-5908 com Silvia

E-mail: silvia@aboutsolution.com.br

Investimento (por participante):

Profissionais: R\$ 980,00

Para 2 ou mais profissionais da mesma empresa: R\$ 850,00

Estudantes (graduação ou pós-graduação): R\$ 800,00

Inscrição:

Depositar o valor da inscrição:

Banco Santander – Agência: 3945 – Conta corrente: 13002258-4;

Enviar comprovante do depósito para silvia@aboutsolution.com.br para validar a inscrição, até o dia **08/02/2016**.

As vagas são limitadas.

ABOUT SOLUTION S/S Ltda
CNPJ 12.570.741/0001-97 - Inscrição Estadual: isenta
Rua Pasteur, 55/ s.31 – CEP: 80250-080 Curitiba - PR

Serão asseguradas vagas aos primeiros 20 inscritos. A About Solution reserva-se o direito de não realizar o Curso, caso não haja um número mínimo de alunos matriculados.

DADOS A SEREM ENVIADOS COM A INSCRIÇÃO CURSO SENSOMETRIA COM O USO DO R

Nome:

Profissão:

Empresa:

Endereço completo:

Fone:

Celular:

E-mail:

CNPJ ou CPF:



SENSOMETRIA COM O USO DO R

15/02/2016	16/02/2016	17/02/2016
<p>Contexto da importância da SENSOMETRIA. Introdução ao R.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interface com RStudio - Comandos básicos - Entrada de dados - Gráficos - Instalação de pacotes. 	<p>Métodos Descritivos. Testes de escalas. Tipos de escalas. Introdução a Análise do Perfil descritivo de produtos (ISO 13299). ANOVA.</p> <p>Exemplos para análise de produtos e para verificação da acuidade dos avaliadores: discriminação, reprodutibilidade e interação (ISO 11132: 2012).</p>	<p>Mapa de preferência interno (IPM) Exemplo (barras de cereais). Análise de Correspondência: Exemplos. Mapas de percepção. Aplicação no estudo do perfil dos segmentos com dados não-métricos x faixa etária, etc.</p>
<p>Testes de diferença e similaridade: não específicos (triangular, duo-trio) e os atributos específicos (2-AFC, 3-AFC). Descrição do teste tetraédrico. Fundamentos da modelagem Thurstoniana e determinação da distância discriminativa (grau de diferença)- norma ASTM E2262-03. Exemplo ilustrativo comparativo dos métodos e de suas potências através dos critérios Pd e da determinação de d'. Outros exemplos. Replicação com o uso do fator de correção. Teste de ordenação.</p>	<p>Análise de componentes principais (ACP): objetivos/conceitos/bases geométricas/projeções/ redução dimensional. Exemplo com Escala Hedônica. Estudos de segmentação: Análise de agrupamento: método hierárquico. Exemplo AAH: medidas de (dis)similaridade com medidas de distância (ligação) Construção do dendrograma. Exemplos. Continuação de Estudos de segmentação: Método não-hierárquico (médias-K) Estudo de caso: formação dos grupos e formas de representação gráfica. Exemplos.</p>	<p>Metodologias mais recentes utilizadas para análise descritiva com consumidores: <i>Napping</i> e Mapas de Projeção. Uma outra forma de conduzir análise descritiva com consumidores utilizando CATA – <i>Catch All That Apply</i>. Condução do estudo e interpretação dos resultados.</p>