



CURSO ACADÉMICO 2024/2025

DOCENTE: ANA BELÉN ARAÚJO RODRÍGUEZ

TÍTULO DE LA MATERIA: ALIMENTOS Y EMOCIONES

Nº DE HORAS: 30

- **Presenciales en el aula: 26**
- **Presenciales fuera del aula: 4**

DESCRIPCIÓN GENERAL

- ¿Se ha planteado usted por qué escoge unos alimentos en vez de otros?
- ¿Podemos cambiar nuestras emociones a través de los alimentos?
- ¿Es nuestra nevera un reflejo de nuestra personalidad?
- ¿Condiciona el supermercado nuestra forma de llenar la cesta?
- ¿Cómo afectan los nuevos hábitos alimentarios de los consumidores en la producción de alimentos y en nuestra salud?

OBJETIVOS

- Cómo evitar que las empresas de venta de alimentos condicionen nuestra compra.
- Conocer la importancia de la textura y el color en la elaboración de los alimentos
- Las nuevas tecnologías al servicio de la producción de alimentos: las impresoras 3D de alimentos
- Conocer los nuevos hábitos alimentarios: dietas veganas, dietas flexitariana, dieta MIND, dieta crudívora, dieta TLC, dieta volumétrica
- Conocer las pautas básicas sobre la correcta alimentación de nuestras mascotas, la importancia de la alimentación animal para su bienestar

COMPETENCIAS

- Conocer la influencia de la evaluación sensorial de alimentos en la elaboración de los mismos
- Conocer y saber aplicar los protocolos que se utilizan en el control de la calidad organoléptica y culinaria de los alimentos
- Conocer el impacto de las nuevas tecnologías en la producción de alimentos



CONTENIDOS

1. La calidad organoléptica de los alimentos: cómo el aspecto de un alimento influye en nuestra compra y en nuestros hábitos alimentarios
2. Métodos utilizados por las empresas alimentarias para captar la atención del consumidor
3. El color y la textura de los alimentos: su influencia sobre nuestro estado de ánimo
 - 3.1. La comida “nos entra por los ojos”
 - 3.2. Cómo elaborar productos “apetitosos” para usuarios con dietas estrictas y aburridas.
 - 3.3. La importancia de la presentación de platos
4. Las nuevas tecnologías al servicio de la producción de alimentos.
 - 4.1. La introducción de la tecnología informática en la producción de alimentos: las impresoras 3D de alimentos, carne cultivada en laboratorio, etc....
 - 4.2. Cómo influye el uso de nuevas tecnologías en la seguridad de la producción de los alimentos
 - 4.3. La aparición de nuevos alimentos debido a nuevas modas alimentarias: el queso sin leche, verduras con sabor a beicon, pescado sabor a carne,...
5. La producción de nuevos productos alimentarios debido a la aparición de nuevas modas asociadas a la alimentación: dietas veganas, dietas flexitariana, dieta MIND, dieta crudívora, dieta TLC, dieta volumétrica,...
6. Cómo la salud de nuestras mascotas influye en nuestro bienestar. Conocer las pautas básicas sobre la correcta alimentación de nuestras mascotas, la importancia de una correcta alimentación animal.

METODOLOGÍA DOCENTE

Se explicarán los contenidos teóricos específicos de cada tema

Se pondrán ejemplos teórico – prácticos de cada apartado apoyándonos en casos hipotéticos y noticias de prensa

Se crearán grupos de debate – opinión sobre los temas a desarrollar

Se solucionarán las dudas que surjan

ACTIVIDADES FUERA DEL AULA (descripción y temporalización)

Se realizará una visita a supermercados y de venta de alimentos para analizar el impacto que tiene sobre el consumidor de la publicidad, la colocación y color de los alimentos

Se analizará la calidad subjetiva que tiene sobre nosotros el aspecto sensorial de los alimentos



EVALUACIÓN

Se realizará una evaluación en continuo del alumnado, valorando la asistencia y participación.

Asimismo se realizarán test de evaluación durante el curso para el control de la asimilación de contenidos de las diferentes temáticas impartidas durante el curso.

Se realizará una prueba final de control de conocimientos generales sobre la materia

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y RECURSOS

- **Legislación en materia de evaluación sensorial de los alimentos**
- **Noticias de prensa**
- **Casos prácticos**
- **Protocolos sobre la recogida de información de los consumidores sobre un producto antes de su comercialización**