

Análisis sensorial de productos selectos propios de sumillería y diseño de sus ofertas

Modalidad: curso e-Learning Duración: 60 horas

Categorías: Hostelería y turismo

OBJETIVOS

- Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de realizar análisis sensoriales de productos selectos propios de sumillería y diseñar sus ofertas. En concreto el alumno será capaz de:
- Seleccionar productos selectos propios de sumillería para su cata con el fin de valorar su posible adquisición
- Preparar para el análisis sensorial las muestras de productos selectos propios de sumillería objeto de interés. Catar los productos selectos propios de sumillería seleccionados para su posible adquisición y otras muestras disponibles
- Valorar y seleccionar los productos selectos propios de sumillería en función de los resultados obtenidos de la información del etiquetado y de la compatibilidad con la oferta gastronómica del establecimiento.

CONTENIDOS

UD1. La influencia de las preferencias en el análisis sensorial.

- 1.1. La influencia de las preferencias en el análisis sensorial.
- 1.2. Diferencias entre análisis sensorial técnico instrumental y hedónico.
- 1.3. Los atributos de los alimentos.
- 1.4. Medios utilizados en el análisis sensorial de alimentos en Hostelería.
- 1.5. Percepción de atributos sensoriales básicos.
- 1.6. Metodología del análisis sensorial de alimentos en Hostelería.

UD2. Análisis sensorial y conocimiento del aceite de oliva virgen extra y confección de su carta de oferta.

- 2.1. Los tipos de aceites comestibles.
- 2.2. Clasificación comercial de los aceites de oliva.
- 2.3. El aceite de oliva virgen extra.
- 2.4. Aceites españoles con denominación de origen protegida.
- 2.5. Análisis sensorial de aceites.
- 2.6. Los aceites de oliva virgen extra en restauración.

2.7. La carta de aceites de oliva virgen extra.

UD3. Análisis sensorial y conocimiento de los quesos y confección de su carta de oferta.

- 3.1. El queso.
- 3.2. Fases del proceso de elaboración de un queso de pasta prensada.
- 3.3. Criterios de clasificación de los quesos.
- 3.5. Factores de calidad del queso.
- 3.6. El análisis sensorial de quesos.
- 3.7. Los quesos en restauración.
- 3.8. La carta de quesos.

UD4. Análisis sensorial y conocimiento de otros productos selectos de consumo directo y confección de su carta de oferta.

- 4.1. Principales productos selectos propios de sumillería distintos de aceites y quesos.
- 4.2. Características y ciclo de vida de los jamones cecinas mojama embutidos foies micuit caviar conservas semiconservas ahumados vinagres selectos sales y otros productos alimentarios de consumo directo.
- 4.3. Análisis sensorial de productos selectos propios de Sumillería.
- 4.4. La carta de productos alimentarios selectos.