

Programa Analítico de Disciplina

CAL 494 - Desenvolvimento de Novos Produtos

Campus UFV - Rio Paranaíba -

Catálogo: 2019

Número de créditos: 4

Carga horária semestral: 60h

Carga horária semanal teórica: 2h

Carga horária semanal prática: 2h

Semestres: II

Objetivos

A disciplina objetiva fornecer aos estudantes, conhecimentos teóricos e práticos em relação ao processo de desenvolvimento de novos produtos na indústria de alimentos. Os estudantes serão estimulados a desenvolver a criatividade e propor novas ideias de produtos. Além disso, irão desenvolver atividades práticas relacionadas ao desenvolvimento de uma ideia proposta. Ao final da disciplina, o estudante terá o conhecimento necessário para que possa iniciar atividades relacionadas a esta área do setor industrial.

Ementa

Conceitos fundamentais em produtos. Importância do desenvolvimento de novos produtos para as indústrias alimentícias. Inovação em produtos. Etapas para o lançamento de novos produtos. Ciclo de vida do produto. Legislação de alimentos. Embalagem e Rotulagem. Propriedade Industrial.

Pré e co-requisitos

CAL 352 ou NUR 270

Oferecimentos obrigatórios

Curso	Período
Ciência e Tecnologia de Alimentos	6

Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Nutrição	Geral

CAL 494 - Desenvolvimento de Novos Produtos

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
1. Conceitos fundamentais em produtos 1.1 A definição de produto em marketing 2. Diferenciação de produto	4h	0h	0h	0h	4h
2. Importância do desenvolvimento de novos produtos para as indústrias alimentícias 1.1 A importância da disciplina na formação profissional 2.2 Importância dos novos produtos para a competitividade das empresas	4h	0h	0h	0h	4h
3. Inovação em produtos 1. Definição de novos produtos 2. Inovação e invenção: conceitos e diferenças	2h	0h	0h	0h	2h
4. Etapas para o lançamento de novos produtos 1. Geração de ideias 2. Análise e triagem 3. Teste de conceito 4. Análise do negócio 5. Testes de mercado 6. Comercialização	4h	0h	0h	0h	4h
5. Ciclo de vida do produto 1.1 Conceito de ciclo de vida dos produtos 2.2 Características do ciclo de vida dos produtos 3.3 Reciclo de produto	4h	0h	0h	0h	4h
6. Legislação de alimentos 1.1 Padrão de identidade e qualidade de alimentos	4h	0h	0h	0h	4h
7. Embalagem e Rotulagem 1.1 Influência da embalagem no processo de compra de novos produtos 2.2 Legislação de rotulagem de alimentos	4h	0h	0h	0h	4h
8. Propriedade Industrial 1.1 Registro de propriedade industrial	4h	0h	0h	0h	4h
9. Trabalho prático, individual ou em grupo, relacionado com o desenvolvimento de um novo produto, envolvendo todas as etapas para o desenvolvimento do mesmo, abrangendo: Geração de ideias, avaliação e seleção de oportunidades; Análise e viabilidade técnica e econômica do novo produto; Elaboração do plano de marketing; Desenvolvimento do protótipo do novo produto; Avaliação físico-química, microbiológica e sensorial do produto; Apresentação do novo produto. Na disciplina será realizado um concurso de desenvolvimento de novos produtos, a ser registrado na instituição, como forma de estimular o envolvimento dos estudantes com as atividades da disciplina	0h	30h	0h	0h	30h
Total	30h	30h	0h	0h	60h

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://siadoc.ufv.br/validar-documento> com o código: 7RFN.LK7R.L2P6

(T)Teórica; (P)Prática; (ED)Estudo Dirigido; (Pj)Projeto; Total(To)

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Apresentação de conteúdo oral e escrito com o apoio de equipamento (projektor, quadro-digital, TV, outros); Apresentação de conteúdo oral e escrito em quadro convencional; Debate mediado pelo professor; e Seminários
Prática	Desenvolvimento de projeto
Estudo Dirigido	<i>Não definidos</i>
Projeto	<i>Não definidos</i>
Recursos auxiliares	<i>Não definidos</i>

CAL 494 - Desenvolvimento de Novos Produtos

Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
IRIGARAY, H. A.; VIANNA, A.; NASSER, J. E.; LIMA, L. P. M. Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas. Rio de Janeiro: FGV, 2006.152 p.	0
BAXTER, M. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011. 342 p.	5
TROTT, P. Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos. Porto Alegre: Bookman, 2012. 621 p.	0

Bibliografias complementares

Descrição	Exemplares
CRAWFORD, M.; DI BENEDETTO, A. Gestão de novos produtos. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016. 608 p.	0
JUGEND, D.; SILVA, S. L. Inovação e desenvolvimento de produtos: Práticas de gestão e casos brasileiros. São Paulo: LCT, 2013. 184 p.	0
MALHOTRA, N. K. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2005. 428 p.	5
ROZENFELD, H. et al. Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006. 542 p.	11
SOLOMON, M. R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016. 608 p.	0