UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2022**
Tp. Período	**Primeiro semestre**
Curso	**ENGENHARIA DE ALIMENTOS (100)**
Disciplina	**1833 - PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS**
Turma	**EAI**
Local	**CEDETEG**

Carga Horária: **136**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Importância, definição e caracterização de novos produtos. Interação consumidor/novos produtos. Introdução ao mercado e o caminho do desenvolvimento do novo Produto. Caracterização do mercado. Condições a serem atendidas pelo novo produto. Relação sucesso x insucesso de um novo produto. Estratégia de marketing: de produto, de preço, logística e de canal, de propaganda e promoção, de gerenciamento de vendas. Mensuração e previsão da demanda. Planejamento de Supermercados. Marketing e Nutrição. Experimentos em Laboratório.

I. Objetivos

- Estimular a capacidade do aluno de criar e/ou inovar novos produtos alimentícios utilizando tecnologia atual para um mercado global e competitivo
- Permitir que o aluno tenha uma visão do processo de desenvolvimento de novos produtos alimentícios

II. Programa

1 Introdução do desenvolvimento de novos produtos alimentícios
  1.1 Importância do desenvolvimento de novos produtos
  1.2 Definição e caracterização de novos produtos
  1.3 Gerenciamento do planejamento de novos produtos
  1.4 Riscos envolvidos no processo de desenvolvimento de novos produtos
  1.5 Elementos estratégicos do desenvolvimento de novos produtos
2 Identificação e seleção de oportunidades
  2.1 Vertentes de oportunidades
  2.2 Estudos e pesquisa de mercado
  2.3 Termo de inovação do produto
  2.4 Análise de portfólio de produto
3 Geração de conceitos
  3.1 Preparação para geração de ideias
  3.2 Métodos de geração de conceitos
  3.3 Atividades de avaliação de conceitos
4 Avaliação de projetos de novos produtos
  4.1 Tiragem completa para avaliação do conceito
  4.2 Mensuração e previsão da demanda
  4.3 Custos do projeto
5 Desenvolvimento do novo produto e do processamento
  5.1 Design e desenvolvimento do protótipo do produto
  5.2 Gestão e estruturação da equipe de desenvolvimento
  5.3 Teste de uso do produto
  5.4 Liberação para fabricação em escala industrial
  5.5 Registros nos órgãos competentes
  5.6 Vida de prateleira
6 Lançamento do produto
  6.1 Planejamento estratégico de lançamento
  6.2 Implementação do plano estratégico
  6.3 Teste de mercado
  6.4 Gestão de lançamento

III. Metodologia de Ensino

- Aulas teóricas expositivas, utilização de quadro de giz e projetor multimídia.
- Aplicação de trabalhos e estudos de caso;
- Realização do planejamento e testes em laboratório para desenvolver um novo produto.

IV. Formas de Avaliação

- Trabalhos elaborados durante as aulas.
- Conteúdo prático – desenvolvimento de um novo produto.
- Recuperação será na forma de um prova com o conteúdo abordado no semestre, juntamente com a qual será composta a média semestral.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2022**
Tp. Período	**Primeiro semestre**
Curso	**ENGENHARIA DE ALIMENTOS (100)**
Disciplina	**1833 - PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS**
Carga Horária:	**136**
Turma	**EAI**
Local	**CEDETEG**

PLANO DE ENSINO

V. Bibliografia

Básica

BAXTER, M. Projeto de Produto: guia prático para design de novos produtos. 3 ed. São Paulo, Blucher, 2011.
BARBOSA FILHO, A.N. Projeto e desenvolvimento de produtos. São Paulo: Atlas, 2009.
BURGELAMAN, R.; CHRISTENSEN, C.; WHEELWRIGHT, S. Gestão Estratégica da Tecnologia e da Inovação. 5 ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.
CARPES JR., W.P. Introdução ao projeto de produto. Porto Alegre: Bookman, 2014.
CARVALHO, M.A. de. Inovação em Produtos: IDEATRIZ, uma aplicação da TRIZ/Inovação Sistemática na ideação de produtos. 2 ed. São Paulo, Blucher, 2017.
CRAWFORD, M.; BENEDETTO, A. Di. Gestão de novos produtos. 11 ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.
GEHLEN, R.Z. da C.; NONOHAY, R.G. de; AFFONSO, L.M.F Desenvolvimento de produtos. Porto Alegre: SAGAH, 2018.
TROTT, P. Gestão da Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

Complementar

DUTCOSKY, S.D. Análise Sensorial de Alimentos. 2 ed. Curitiba: Editora Universitária Champagnat, 2007. 239 p.
FÁVERO, L.P.; BELFIORE, P. Manual de análise de dados – Estatística e modelagem multivariada com Excel, SPSS e Stata. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.
HAIR JR, J.F.; CELSI, M.W.; ORTINAU, D.J.; BUSH, R.P. Fundamento de pesquisa de marketing. 3 ed. Porto alegre: AMGH, 2014.
NORMAS ANALÍTICAS DO INSTITUTO ADOLFO LUTZ – Vol. I – Métodos químicos e físicos para análise de alimentos. Inesp, São Paulo, 3 ed. 533 p., 1985. CUNHA, C.J.C.S, FERLA, L.A. Iniciando seu próprio negócio. Ed. Instituto de estudos avançados. IEA, Florianópolis, 1997.
DUTRA, R. G. Custos: uma abordagem prática. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1995. 191p.
FRANCO, G. Tabela de Composição química dos alimentos. Ed. Atheneu, 1999.
GRANT, J. J. A Combinação dos Alimentos. Ed. Ground, 1994.
GERMANO, P. M. L E GERMANO M. J. S. Higiene e Vigilância Sanitária de Alimentos. Ed. Varela, 2001.
KOTLER, P. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998, 725p.
SOUZA, T. Alimentos: propriedades físico-químicas. Rio de Janeiro: Cultura média, 1991. 72p.
SARANTÓPOULOS C. I.G.L. OLIVEIRA L. M. CANAVESI É. Requisitos de conservação de alimentos em embalagens flexíveis. Campinas: CETEA/ITAL, 2001. 215p.
ANDRADE, N.J. MACEDO, J.A.B. Higienização na indústria de alimentos. São Paulo: Varela, 1996, 182p.
BARTHOLOMAI, A. Fábricas de Alimentos. Processamento, equipamentos, costos. Zaragoza: Acribia, 1991. 231p.
BRYAN, F.L.E. COLS. JAMFES, tradução, ARRUDA, G.A. Guia de procedimentos para a implantação do método de análise de perigos em pontos críticos de controle (APPCC). São Paulo: Ponto Crítico Consultoria em Alimentação, 1997. 110p.

APROVAÇÃO

Inspetoria:	DEALI/G
Tp. Documento:	Ata Departamental
Documento:	04/2022
Data:	14/07/2022