



Universidade Federal
de São João del-Rei

COORDENADORIA DO CURSO DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS

PLANO DE ENSINO

Disciplina: Desenvolvimento de Novos Produtos

Período: a partir
do 7º

Currículo: 2017

Docente (qualificação e situação funcional): Cintia Nanci Kobori

Unidade Acadêmica: DEALI

Pré-requisito: ter cursado, no mínimo 1900h, em disciplinas

Co-requisito: Não se aplica

C.H. Total: 72 ha

C.H. Prática: 36 ha

C. H. Teórica: 36 ha

Grau: Bacharelado

Ano: 2019

Semestre: 2

EMENTA

Conceitos de *marketing*. Importância, definição e caracterização de novos produtos. Comportamento do consumidor. Ciclo de vida do produto. Pesquisa e etapas no desenvolvimento de novos produtos: geração de ideias, seleção, desenvolvimento e teste do conceito, estratégia de *marketing*, análise do negócio, desenvolvimento do novo produto, teste de *marketing* e comercialização. Protótipo. Pesquisa de Mercado. Análise e discussão de novas tecnologias. Estimativa de custos e determinação de preço. Gerenciamento no desenvolvimento de produtos na indústria de alimentos. Propriedade Intelectual. Desenvolvimento experimental de um novo produto.

OBJETIVOS

Fornecer ao discente as informações necessárias para desenvolver e comercializar um novo produto.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

O conteúdo e as atividades serão distribuídos em 18 aulas teóricas (T) geminadas e 18 aulas práticas (P) geminadas, totalizando 72 horas-aula no semestre letivo.

| Aula | Data | Assunto |
|------|----------|---|
| 1 | 09/08/19 | Apresentação da disciplina e cronograma / Novos Produtos Alimentícios (2T) |
| | | Atividade prática: Pesquisa de Novos Produtos (2P) |
| 2 | 16/08/19 | <i>Marketing</i> e Inovação / Categoria de Novos Produtos (4T) |
| | | Atividade prática: <i>Marketing</i> com responsabilidade social e/ou ambiental (2P) |
| 3 | 23/08/19 | Etapas do Desenvolvimento de Novos Produtos (4T) |
| | | Atividade prática: Classificação dos novos produtos (2P) |
| 4 | 30/08/19 | Comportamento do Consumidor / Ciclo de vida de um produto (4T) |
| | | Atividade prática: <i>Brainstorming</i> de ideias (2P) |
| 5 | 06/09/19 | 1ª Avaliação (2T) |
| | | Atividade prática: Seleção de ideias (2P) |
| 6 | 13/09/19 | Pesquisa de Mercado (2T) |
| | | Atividade prática: Conceito do Novo Produto (2P) |
| 7 | 20/09/19 | Desenvolvimento do Protótipo / Embalagem e Rotulagem (4T) |
| | | Atividade prática: Formulação (2P) |
| 8 | 27/09/19 | Determinação de Preço (2T) |
| | | Atividade prática: Determinação de Preço (2P) |
| 9 | 04/10/19 | Propriedade Intelectual (2T) |
| | | Atividade prática: <i>Layout</i> da Embalagem (2P) |

| | | |
|----|----------|---|
| 10 | 11/10/19 | SEACAD (Atividade no Portal Didático: Questionário) (4T) |
| 11 | 18/10/19 | Atividade prática DNP: testes preliminares (4P) |
| 12 | 25/10/19 | 2ª Avaliação (2T) |
| 13 | 01/11/19 | Atividade prática DNP: produção (4P) |
| 14 | 08/11/19 | Atividade prática DNP: análises físico-químicas (4P) |
| | 15/11/19 | Feriado: não haverá aula |
| 15 | 22/11/19 | Atividade prática DNP: análise sensorial (4P) |
| 16 | 06/12/19 | Trabalho final (2P) |
| 17 | 13/12/19 | Apresentação de Seminários (4T) |
| 18 | 20/12/19 | Prova Substitutiva (Nota final < 6,0 e > 4,0) |

Horário de atendimento aos alunos: terça-feira das 13:00h às 16:00h

METODOLOGIA DE ENSINO

Aulas expositivas teóricas, utilizando quadro e projetor, atividades práticas em laboratório, de acordo com o conteúdo programado, com desenvolvimento de um novo produto e apresentações de Seminário.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

AVALIAÇÕES:

Serão realizadas 05 (cinco) avaliações e uma avaliação substitutiva. A nota final da disciplina será calculada de acordo com os seguintes pesos para notas atribuídas de 0 a 10:

- Média das notas das 2 avaliações teóricas: 30% da nota final;
- Média das notas das atividades práticas: 25% da nota final;
- Nota do trabalho final impresso: 30% da nota final;
- Nota da apresentação do seminário: 15% da nota final.

NOTA FINAL = 30% (média das avaliações escritas) + 25% (média das atividades) + 30% (nota do trabalho final impresso) + 15% (nota do seminário)

Será aprovado o aluno que conseguir desempenho igual ou superior a 60 (sessenta) por cento. No final do semestre, haverá uma avaliação substitutiva, na qual será cobrado todo o conteúdo do período. A nota desta avaliação poderá substituir a menor nota entre as 2 avaliações teóricas aplicadas, se não prejudicar a nota final anterior.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2000. 764 p.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2008. 624 p.
- IRIGARAY, H. A.; VIANNA, A.; NASSER, J. E.; LIMA, L. P. M. **Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. 152 p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ARAÚJO, Júlio Maria de Andrade. **Química de alimentos: teoria e prática**. 2. ed. Viçosa: Editora UFV, 1999. 416 p.
- DAMODARAN, S.; PARKIN, K. L.; FENNEMA, O. R. **Química de Alimentos de Fennema**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010. 900 p.

- ORDÓÑEZ J. A. **Tecnologia de Alimentos**: componentes dos alimentos e processos. Porto Alegre: Artmed, 2005. 294 p. v. 1.

- AKAO, Y. **Introdução ao desdobramento da qualidade**. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1996. 187 p.

- KAMINSKY, P. C. **Desenvolvendo produtos com planejamento, criatividade e qualidade**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2000.



Profa. Cíntia Nanci Kobori
Docente Responsável

Aprovado pelo Colegiado em / /

Prof. Rui Carlos Castro Domingues
Coordenador do Curso