

Processo de Desenvolvimento de Produtos / Período: 9

Professor: Michele Lisboa Silveira (Doutor)

CH: 80h

Ementa:

Técnicas de geração de ideias. Técnicas de pesquisa de mercado. Métodos de teste de conceitos de produtos. Método de desdobramento da função qualidade. Métodos e técnicas de otimização características e parâmetros de controle. Técnicas de monitorar mercados.

Habilidades:

Capacitar o aluno a compreender e gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos, abordando os fundamentos necessários para uma melhor gestão do processo de desenvolvimento e sua aplicação no contexto das organizações. Desenvolver ou utilizar novas ferramentas e técnicas.

Metodologia:

As aulas a distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

Recursos Didáticos:

Livro didático;
Vídeo aula;
Fóruns;
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);
Experimentos em laboratório virtual;
Biblioteca virtual;
Atividades em campo.

Conteúdo Programático:

Introdução e Contexto do Processo de Desenvolvimento do Produto
Técnicas de Geração de Ideais
Teste de Conceitos
Técnicas de Pesquisa de Mercado
Projeto de experimento ANOVA

Sistema de Avaliação:

A distribuição dos 100 pontos acontecerá da seguinte forma durante o período de oferta da disciplina:

Fórum de Discussão Avaliativo: 10%

Estudo Dirigido: 10%

Avaliação Parcial I : 15%

Avaliação Parcial II : 15%

Avaliação Final: 50%

Caso o aluno não alcance no mínimo 60% da pontuação distribuída, haverá a **Avaliação Suplementar** com as seguintes características:

Todo o conteúdo da disciplina. Valor: 100 pontos

Pré-requisito: Resultado Final ≥ 20 e < 60

Regra: $(\text{Resultado Final} + \text{Nota Prova Suplementar}) / 2$

Média final para Aprovação: ≥ 60 pontos

Bibliografia Principal:

BARBOSA FILHO, A.N. Projeto e desenvolvimento de produtos. São Paulo: Atlas, 2009.

IRIGARAY, H.A. et al. Gestão de desenvolvimento de produtos e marcas. Rio de Janeiro: FGV.

2004. MUNDIM, A. P. F. Desenvolvimento de produtos e educação corporativa. São Paulo: Atlas, 2004.

Bibliografia Complementar:

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Cengage, 2008.

HASHIMOTO, M. Lições de empreendedorismo. São Paulo: Manole, 2009. RUTTER, M, ABREU, S.A. Pesquisa de mercado. São Paulo: Ática, 2007.

Por ser verdade, firmo o presente documento.
Ipatinga/MG - 16 de Maio de 2025

Thyciane Alvieira Gonsalves Freitas
Secretária Acadêmica