# PROGRAMA DETALHADO – 2015 1ºSEM

## Professor Abraham Yu

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Aula*** | Data | ***Agenda da aula*** | ***Entrega*** | ***Leituras prévias*** | ***Textos de referência*** |
| 1 | 26 Fev | Introdução – desafios e objetivos do desenvolvimento; IDEO |  |  | U&E 1 |
| 2 | 05 Mar | “Eles Acertaram” – Processo e organização de inovação |  | Caso Adidas (2013) | U&E 2 |
| 3 | 12 Mar | Conceitos e especificação de produtos | Comparação dos três casos | *Thomke e Von Hippel* (2002) | *S&R* 5 |
| 4 | 19 Mar | Protótipos e testes |  | *Thomke* (2003) |  |
| 5  + | 26 Mar | Arquitetura e plataformas de produtos |  | *Robertson & Ulrich*  (1998) | S&R 6 |
| 6 | 09 Abr | Funil de desenvolvimento | Casos brasileiros | Caso Quirky (BW 2014) | C&W 2 e 5 |
| 7 | 16 Abr | Estratégia desenvolvimento: planos e prospecção |  | *Lynn et al* (1996) | C&W 2 e 3 |
| 8 | 23 Abr | Avaliação de projetos; regras de TP | Casos brasileiros | *Sharpe & Keelin* (1998) |  |
| 9 | 30 Abr | Carteiras e planejamento agregado |  | *Wheelwright e Clark* (2003) |  |
| 10 | 07 Mai | **Prova** |  |  |  |
| 11 | 14 Mai | Discussão da prova; inovação de processo; regras de TP |  |  |  |
| 12 | 21 Mai | Preparação: TP – Processo de produção | TP – protótipo e “fábrica” | New gadget in 7 steps (BW 2014) |  |
| 13  + | 28 Mai | Produção de TP e montagem da torre (local a ser definido) |  |  |  |
| 14 | 11 Jun | Aprendendo com projetos | TP – Auditoria | *Hansen & Birkinshaw* (2007) | C&W 11 |
| 15 | 18 Jun | Revisão e recuperação |  |  |  |
| 16 | 25 Jun ou 02 Jul | **Unificada** |  |  |  |

**Avaliação**

* Provas – 50%

***Função da nota de leituras***

* Trabalhos – 30%
* Leituras prévias – 20%

**Recomendações para um melhor rendimento**

1. Cada aula exige leituras prévias. As leituras prévias são obrigatórias e a dos textos de referência é recomendada. Sem as leituras prévias, o aluno terá dificuldades em acompanhar a aula e o curso.
2. Muitos textos estão em inglês, o que demanda mais tempo. Não deixe textos não lidos se acumularem!
3. Os slides de cada aula serão disponibilizados no site da disciplina;

1. As aulas promovem a assimilação de conceitos pela experimentação de problemas. Portanto, sua atitude participativa e criativa será fundamental. Não falte!
2. O desenvolvimento de produtos é uma atividade multidisciplinar, busque associar a disciplina com outras que já cursou, trabalhe em equipe, e não deixe de explorar sua criatividade nos trabalhos práticos. Acione o professor quando sentir necessidade;
3. Para este curso a memorização simplesmente não terá valor algum;
4. O curso é puxado! Porém, com dedicação você aprenderá muito! Bom trabalho.

**Bibliografia do curso**

**Livros**

Clark e Wheelwright (C&W), *Managing New Product and Process Development – Text and Cases*. 1993.

Smith, P. G. e Reinertsen, D. G. (S&R) *Developing Products in Half the Time – New rules, New Tools – 2and edition.* John Wiley & Sons, Inc. 1998. Cap 1 – Faster and Still Faster; Cap 5 – Capturing Customer Needs; Cap 6 – Using System Design to Compress Schedules;

Ulrich e Eppinger (U&E). *Product Design and Development*. McGraw-Hill. 2004.

**Artigos**

BusinessWeek, New gadget in 7 steps, June 2014

BusinessWeek, Quirky’s Ben Kaufman gets GE to share its patents, March 20, 2014

Hansen, M. T. e Birkinshaw, J. The innovation value chain, *HBR*. 2007

Lynn, Morone e Paulson. Marketing and discontinous innovation: the probe and learn process. *California Management Review*, Spring 1996.

Robertson, D. e Ulrich, K. Planning for product platforms, Sloan Management Review, v. 39, nº 4, 1998

Sharpe, P. e Keelin, T. How SmithKline Beecham Makes Better Resource-Allocation Decisions, *HBR*, 1998

The Economist, The Adidas method – a German firm’ unusual approach to designing its products, August 24th 2013

Thomke, S. R&D Comes to Services. *Harvard Business Review*, 2003.

Thomke e Von Hippel. Customers as Innovators. *Harvard Business Review*. 2002.

Wheelwright e Clark. Creating project plans to focus product development. *Harvard Business Review*. 2003.