

LOQ4273 - Gestão de Novos Produtos

New Products management

Créditos-aula: 4

Créditos-trabalho: 0

Carga horária: 60 h

Ativação: 01/01/2024

Departamento: Engenharia Química

Curso (semestre ideal): EP (9)

Objetivos

a) Fornecer ao aluno uma visão integrada do processo de desenvolvimento de produto, desde as etapas iniciais de geração da ideia, avaliação econômica e desenvolvimento do conceito do produto até a preparação da fábrica, produção e lançamento do produto. b) Apresentar como os principais conhecimentos da formação de engenheiro de produção podem ser aplicados no processo de desenvolvimento de produto. c) Propiciar uma experiência prática de projeto.

a) Provide the student an integrated vision of the product development process, from initial idea generation steps, economic evaluation and development of the concept of the product to the factory, production preparation and release of the product. b) Present as the main knowledge of the formation of production engineer can be applied in the product development process. c) Provide practical experience of project.

Docente(s) Responsável(eis)

5701460 - Antonio Iacono

Programa resumido

1. visão geral e identificação/seleção de oportunidades. 2. Geração de conceitos. 3. Avaliação de conceitos/projetos. 4. Desenvolvimento. 5. Lançamento.

1. Opportunity identification and selection. 2. Concepts generation. 3. Concept/project Evaluation 4. Development. 5. Launch.

Programa

1. visão geral e identificação/seleção de oportunidades: elementos estratégicos do desenvolvimento de produtos; processo de novos produtos; identificação e seleção de oportunidades – planejamento estratégico de novos produtos. 2. Geração de conceitos: criatividade e conceito de produto; técnicas analíticas de atributo – introdução ao mapeamento perceptual; abordagens analíticas de atributo – análise de trade-off e técnicas qualitativas. 3. Avaliação de conceitos/projetos: o sistema de avaliação de conceitos; teste de conceito; a triagem; previsão de vendas e análise financeira; protocolo do produto. 4. Desenvolvimento: design; gestão da equipe de desenvolvimento; teste de uso do produto. 5. Lançamento: planejamento estratégico de lançamento; implementação do plano estratégico; teste de mercado; gestão de lançamento.

1. Opportunity identification and selection: strategic elements of product development; the new product process; identification and selection of opportunities – strategic planning for new products. 2. Concept generation: creativity and product concept; attribute analytical techniques – introduction to perceptual mapping; attribute analytical approaches – trade-off analysis and qualitative techniques. 3. Concept/project evaluation: the concept evaluation system; concept test; triage; sales forecasting and financial analysis; product protocol. 4. Development: design; development team management; product use testing. 5. Launch: strategic launch planning; implementation of the strategic plan; market testing; launch management.

Avaliação

Método: Provas, atividades em grupo e atividades individuais.

Critério: Média das atividades avaliativas

Norma de recuperação: $MF = (0,5 M + 0,5 R)$ M = Média de aproveitamento do aluno, antes da recuperação R = Nota de uma prova de recuperação MF = nota final de aproveitamento, após a recuperação Aprovação com média final de aproveitamento maior ou igual a 5,0. A recuperação deverá consistir em uma prova escrita englobando a matéria toda do semestre. Terá direito à prova de recuperação aqueles alunos reprovados com nota acima de 3,0 e frequência mínima de 70%.

Bibliografia

Crawford, C. M., Di Benedetto, C. A. New products management (p. 540). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin. 2021. Crawford, M., Di Benedetto, A. Gestão de novos produtos. McGraw Hill Brasil, 2016 uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006. 542p. CHENG, L.C. QFD: desdobramento da função qualidade na gestão de desenvolvimento de produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 2007. DENIS, R. C. Uma introdução à história do design. São Paulo: Edgard Blücher., 2000. MALHOTRA, N.K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2006. PAHL, G.; BEITZ, W.; FELDHUSEN, J.; GROTE, K. Projeto na engenharia. São Paulo: Edgard Blücher, 2005. ROZENFELD, H.; FORCELLINI, F.A.; AMARAL, D.C.; TOLEDO, J. A.; SILVA, S.L.; ALLIPRANDINI, D.H.; SCALICE, R.K. Gestão de desenvolvimento de produtos:

Requisitos

LOQ4255 - Inovação Tecnológica (Requisito fraco)