



*Universidade Estadual de Maringá
Centro de Ciências Agrárias
Programa de Pós-graduação em Ciência de Alimentos*

PROGRAMA DA DISCIPLINA

Código e nome da disciplina: **DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS**

Créditos			Carga Horária Total:
Total	Práticos	Teóricos:	
02	01--	01	45

Professor(es) Responsável (eis): Grasielle Scaramal Madrona

Departamento: Departamento de Engenharia de Alimentos

EMENTA:

. Conceitos e metodologias aplicados no desenvolvimento de produtos alimentícios.

PROGRAMA:

- Conceito e metodologias de desenvolvimento de um novo produto. Novos produtos nutricionais e funcionais. Legislação. Pesquisa de mercado e marketing.
- Embalagens e rotulagem para novos produtos. Desenvolvimento prático do projeto de um novo produto contendo os seguintes itens:
- Descrição do produto (revisão bibliográfica da tecnologia do produto e das matérias-primas);
- Receita em porcentagem e fluxograma de fabricação;
- Avaliação mercadológica;
- Revisão bibliográfica dos aspectos legais;
- Cálculo da tabela nutricional e elaboração da embalagem.

BIBLIOGRAFIA:

AMARAL, Daniel Capaldo; ROZENFELD, Henrique; FORCELLINI, Fernando Antônio; TOLEDO, José Carlos de. Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005. 542 p. ISBN 9788502054462. BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 3ª ed. São Paulo: Blucher, 2011. 344 p. ISBN 9788521206149. BATALHA, Mário Otávio (Org.). Gestão agroindustrial. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2007. 632 p. ISBN 9788522448760. KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 752 p. ISBN 9788587918413. LI, Y. H.; WANG, W. W.; LEI, B. A new product development method to incorporating customer sensory preferences in food product design. *Advanced Engineering Informatics*, v. 62, p. 102769, out. 2024. REPAR, L.; BOGUE, J. Market-oriented methodologies that integrate the consumer into the functional foods new product development process: Part 2 advanced approaches. In: REPAR, L.; BOGUE, J. *Case Studies on the Business of Nutraceuticals, Functional and Super Foods*. Woodhead Publishing Series in Consumer Science & Strategic Marketing. 1. ed. [S.l.]: Woodhead Publishing, 2023. cap. 4, p. 57-84.

Critério de avaliação

1ª nota será atribuída a um trabalho escrito valendo de 0,0 (zero) a 10,0 (dez) e peso 1;
2ª nota será atribuída a uma apresentação, valendo de 0,0 (zero) a 10,0 (dez) e peso 1.
Nota média final: será a média aritmética simples das duas (2) avaliações.