



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: MARKETING DE NOVOS NEGÓCIOS	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: 30 horas	CH TOTAL PRÁTICA: 30 horas	CH TOTAL: 60 horas

1. **OBJETIVOS**

Mostrar ao aluno, e fazê-lo vivenciar de forma prática, num projeto, os elementos e etapas necessários ao desenvolvimento de um novo negócio, com um foco empreendedor. Capacitar o aluno a elaborar um projeto de desenvolvimento de um novo negócio, compreendendo sua concepção, seu desenvolvimento, suas etapas (incluindo os pontos de avaliação e reavaliação) e seu fechamento / conclusão (lançamento ou descarte do projeto). Capacitar o aluno a elaborar um plano integrado de marketing para um novo negócio, contendo as justificativas mercadológicas e financeiras do negócio, sua finalidade estratégica e papel no portfólio da empresa, seu posicionamento no mercado, e as ações relativas ao composto de Marketing que são necessárias para introduzir e manter o novo negócio no mercado.

2. **EMENTA**

Processo (projeto) de desenvolvimento de novos negócios; Concepção do novo negócio: definição do produto / serviço, da marca do produto / serviço, da embalagem, da experiência do produto / serviço e do ambiente de venda / prestação do serviço; Plano integrado de Marketing para o lançamento e a manutenção do novo negócio.

3. **PROGRAMA**

1. Produtos e Serviços: hierarquia dos conceitos de produto / serviço; ciclo de vida do produto / serviço; portfólio de produtos / serviços.

2. Desenvolvimento do projeto de desenvolvimento do produto / serviço para o novo negócio (fluxo de desenvolvimento e diagrama de barras).

3. Diferenciação, segmentação de mercados e posicionamento do produto / serviço.

4. Geração de ideias de produtos / serviços para o novo negócio: brainstorming e screening inicial.

5. Marca / branding: finalidades das marcas, definição e tipos de marcas; criação e registro.

6. Desenvolvimento da embalagem para produtos e da experiência e do ambiente de venda para serviços.

7. Análise da viabilidade das ideias de produtos / serviços para o novo negócio: análises de mercado e financeiras (evolução e potenciais de mercado, custos e fluxo de caixa).

8. Elaboração do plano integrado de marketing para lançamento e manutenção do negócio no mercado.

4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. São Paulo: Atlas, 2016.

GOBE, A. C.; MOREIRA, J. C. T.; PEREZ, M. C.; CARRAMENHA, P. R. C.; PASQUALE, P. P. **Gerência de produtos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

MATTAR, F. N. (org.). **Gestão de produtos, marcas e mercados: estratégias e ações para alcançar e manter-se top of market**. São Paulo: Atlas, 2009.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 3. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2011.

BLESSA, R. **Merchandising no ponto de venda**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SCHMITT, B. H. **Gestão da experiência do cliente: uma revolução no relacionamento com os consumidores**. Porto Alegre : Bookman, 2004.

SEIFFERT, P. Q. **Empreendendo novos negócios em corporações: estratégias, processo e melhores práticas: inclui os casos Votorantim Novos Negócios, Intel Capital e Promon**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DORNELAS, J.; SPINELLI, S.; ADAMS, R. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século XXI**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

6. APROVAÇÃO

Prof. Dr. Eduardo Giarola
Coordenador do Curso de Graduação em Administração

Profa. Dra. Kárem Cristina de Sousa Ribeiro
Diretora da Faculdade de Gestão e Negócios



Documento assinado eletronicamente por **Kárem Cristina de Sousa Ribeiro, Diretor(a)**, em 15/10/2020, às 14:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

Documento assinado eletronicamente por **Eduardo Giarola, Presidente**, em 26/10/2020, às 13:21, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de](#)



[outubro de 2015.](#)



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

[https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **2322309** e o código CRC **6739DF88**.

Referência: Processo nº 23117.061000/2020-26

SEI nº 2322309