

Prof. Eduardo Zancul

Grupo: _____ **Produto:** _____

Definição do mercado (critérios de segmentação, definição de segmento-alvo ou nicho de mercado, estimativa do tamanho do mercado com base em dados secundários)

(0,8) >> 0,5

A análise de mercado enfocou o mercado de desodorantes em valor e teria sido mais relevante tratar do mercado de embalagens em número de unidades.

Necessidades dos usuários (levantamento das necessidades dos usuários – observações, entrevistas pesquisas etc.)

(1,0) >> 0,8

Ter realizado a pesquisa foi algo positivo, mas assim como na determinação do mercado, a pesquisa poderia ter tratado mais especificamente da embalagem.

Definição dos requisitos técnicos e especificações-meta (requisitos técnicos, aplicação do QFD, definição das especificações-meta)

(1,0) >> 0,8

Os requisitos como apresentados misturam requisitos do desodorante com requisitos da embalagem e da solução proposta.

Proposta de produto (esboço, descrição produto, representação preliminar do produto)

(0,8) >> 0,8

Formatação do relatório (sumário, referências bibliográficas conforme normas, identificação de Figuras e Tabelas etc.)

(0,4) >> 0,1

Necessário sempre citar as fontes com clareza – por exemplo, faltou na Figura 12.

Relatório entregue foi pdf com comentários da equipe anotados e aparentes.

Sempre utilizar padrões e normas (ABNT ou outra) para referências e citações.

Observações gerais (pontos relevantes para o produto)

A proposta do produto é muito interessante. O desenvolvimento deve separar mais claramente a embalagem e a solução proposta do seu conteúdo.

NOTA: _____ 3,0 _____ (0 a 4)