



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

LABORATÓRIO DE CRIATIVIDADE EM PUBLICIDADE

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

CREATIVE ADVERTISING LAB

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EPM

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

135 horas/hours



HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

T - 15 horas/hours

TP - 30 horas/hours

ECTS

5 ECTS

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

Optativa

OBSERVATIONS

Optional

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Helena Maria de Figueiredo Pina

0 horas de contacto



RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Helena Maria de Figueiredo Pina

0 hours lecturing load

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Maria do Rosário Raposo Correia - 45 horas de contacto

João Manuel Tomé Freire Rocha - 22,5 horas de contacto

João Pedro Almeida Garrido - 22,5 horas de contacto

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Maria do Rosário Raposo Correia - 45 hours lecturing load

João Manuel Tomé Freire Rocha - 22,5 hours lecturing load

João Pedro Almeida Garrido - 22,5 hours lecturing load

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

Reflexão sobre os principais modelos e conceitos-chave da criatividade. Compreensão do processo criativo individual e em equipa na vertente de solução de problemas de forma inovadora. Compreensão e aplicação das principais técnicas de estimulação da criatividade, como ferramentas úteis no desenvolvimento criativo. Desenvolvimento da capacidade criativa individual e em grupo na ótica da resolução dos modernos desafios de comunicação e da publicidade.



LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

Discussion of main conceptual models and concepts of creativity. Understanding the creative process as an individual and as a group focused on innovative views for problem solver solutions. Understanding and applying key techniques for stimulation of creativity, as useful tools in creative development. Development of creative individual and team capabilities in the resolution of modern communication and advertising challenges.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Criatividade: delimitação concetual e conceitos chave. As modernas abordagens da criatividade e principais fundamentos. Conceitos fundamentais da criatividade e definições. Fatores de desenvolvimento das competências criativas e comunicacionais. Exercícios práticos disruptivos. Processos criativos *human-centric*: a abordagem do Design Thinking. Enquadramento e relevância da criatividade publicitária. Especificidade da criação orientada e estratégica. Criatividade aplicada: as diferentes técnicas de estimulação criativa, objetivos e operacionalização. Exercícios de treino e aplicação. Projetos práticos integrados no contexto profissional (projeto individual e projeto em equipa) com aplicação de técnicas criativas.

SYLLABUS:

Creativity: conceptual delimitation and key concepts. Modern approaches to creativity and main theoretical foundations. Fundamental concepts and definitions. The key factos of creative and communicational skills development. Disruptive exercises. Human-centric creative processes : the Design Thinking mindset . Framework and relevance of advertising creativity. Specificity of oriented and strategic creation. Applied creativity: the main creative techniques, objectives and appropriateness. Training exercises. Practical projects integrated into the professional context (individual project and team project) with the application of creative techniques.



DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

O: Reflexão sobre modelos/conceitos-chave da criatividade.

C: Criatividade: modelos conceituais. Modernas abordagens da criatividade. Conceitos fundamentais da criatividade e definições. Enquadramento e relevância da criatividade publicitária. Especificidade da criação orientada e estratégica.

O: Compreensão do processo criativo na vertente de solução de problemas de forma inovadora.

C: Fatores de desenvolvimento das competências criativas e comunicacionais. Exercícios disruptivos. Processos criativos *human-centric*: a abordagem do Design Thinking.

O: Compreensão e aplicação das principais técnicas de criatividade, ferramentas úteis no desenvolvimento criativo.

C: Principais técnicas de estimulação criativa, objetivos e operacionalização. Exercícios de treino e aplicação.

O: Desenvolvimento da capacidade criativa individual e em grupo na ótica da resolução dos modernos desafios de comunicação.

C: Projetos práticos integrados no contexto profissional com aplicação de técnicas criativas.

Inválido para efeitos de certificação



DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

O: Discussion of conceptual models/key concepts of creativity.

S: Creativity: conceptual models. Modern approaches to creativity. Fundamental concepts and definitions. Framework and relevance of advertising creativity. Specificity of oriented and strategic creation.

O: Understanding creative process focused on innovative views for problem solver solutions.

S: Key factors of creative and communicational skills development. Disruptive exercises. Human-centric creative processes : the Design Thinking mindset .

O: Understanding and applying key techniques of creativity, useful tools in creative development.

S: Main creative techniques, objectives and appropriateness. Training exercises.

O: Development of creative individual and team capabilities in the resolution of modern communication and advertising challenges.

S: Practical projects integrated into the professional context with the application of creative techniques.

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Combinação das metodologias expositiva, ativa e participativa. As metodologias de ensino-aprendizagem desenvolvidas são fundamentalmente centradas no estudante promovendo a sua participação ativa. Para alcançar os objetivos é necessário combinar metodologias capazes de gerar um processo de formação que promova o desenvolvimento das capacidades criativas dos estudantes e, ao mesmo tempo, possua um nível de aplicação capaz de satisfazer suas necessidades profissionais.

Avaliação - sistema de avaliação contínua :

Avaliação individual (Projeto individual, exercícios individuais e participação): 60%

Avaliação em grupo (Projeto de equipa, exercícios de grupo, apresentações): 40%



TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Blend of expository, active and participative methodologies. The teaching-learning methodologies developed are fundamentally student-centered, promoting active student participation. To achieve the objectives it is necessary to combine methodologies that generate a formative process, that promotes the development of creative capabilities of students and, at the same time, has a level of application able to meet their professional needs.

Assessment - continuous assessment system:

Individual assessment (individual project, individual exercises, and participation): 60%

Group assessment (team project, group exercises, presentations): 40%

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

Obj: Reflexão sobre os principais modelos e conceitos-chave da criatividade.

Met: Combinação entre as metodologias expositiva, ativa e participativa. Aulas com componente de exposição da matéria e de apresentação e discussão baseadas na realização de exercícios práticos.

Obj: Compreensão do processo criativo individual e em equipa na vertente de solução de problemas de forma inovadora.

Met: Combinação entre as metodologias expositiva, ativa e participativa. Aulas com componente de exposição da matéria e de experimentação baseadas na realização de exercícios práticos.

Obj: Compreensão e aplicação das principais técnicas de estimulação da criatividade, como ferramentas úteis no desenvolvimento criativo.

Met: Combinação entre as metodologias expositiva, ativa e participativa. Aulas com componente de exposição da matéria e de experimentação baseadas na realização de exercícios práticos.

Obj: Desenvolvimento da capacidade criativa individual e em grupo na ótica da resolução dos modernos desafios de comunicação e da publicidade.

Met: Combinação entre as metodologias ativa e participativa. Aulas de experimentação baseadas na realização de exercícios práticos e de acompanhamento de desenvolvimento criativo baseadas na realização dos trabalhos de grupo enquadrados na área profissional.



DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

Obj: Discussion of main conceptual models and concepts of creativity.

Teaching method: Combination of expository, active and participatory methodologies. Lessons with a theoretical exposure component and presentation and discussion classes based on practical exercises.

Obj: Understanding the creative process as an individual and as a group focused on innovative views for problem solver solutions.

Teaching method: Combination of expository, active and participatory methodologies. Lessons with a theoretical exposure component and applied experimentation based on practical exercises.

Obj: Understanding and applying key techniques for stimulation of creativity, as useful tools in creative development.

Teaching method: Combination of expository, active and participatory methodologies. Lessons with a theoretical exposure component and applied experimentation based on practical exercises.

Obj: Development of creative individual and team capabilities in the resolution of modern communication and advertising challenges.

Teaching method: Active and participative methodologies. Guiding classes of creative development in order to the accomplishment the team projects applied to the professional framework .



**BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:**

- Amabile, T. M. (2018). *Creativity in context*. Routledge
- Bergson, H., Landes, D. & Grosz, E. (2022). *Creative evolution*. Routledge
- Blakeman, R. (2023). *Integrated marketing communication: creative strategy from ideia to implementation*. Rowman & Littlefield
- Buzan, T. (2018). *Mind Map Mastery: the complete guide*. Watkins Media Limited
- Csikszentmihalyi, M. (2011). *Creativity: the psychology of discovery and invention*. HarperCollins
- Csikszentmihalyi, M. (2003). *Aprender a Fluir*. Kairos
- De Bono, E. (2015). *Lateral Thinking: Creativity, Step by Step*. Harper & Row
- De Bono, E. (2005). *Os seis chapéus pensantes*. Pergaminho
- Godin, S. (2024). *As Pessoas Primeiro: um manifesto para o novo mundo do trabalho*. Ideias de Ler
- Godin, S. (2021). *O Processo Criativo: a inspiração não acontece por acaso*. Ideias de Ler
- Kelley, T. & Kelley, D. (2014). *Creative Confidence: unleashing the creative potential within us all*. Ed. William Collins
- Lewrick, M.; Link, P. & Leifer, L. (2020). *The Design Thinking Toolbox*. Wiley
- Lubart, T. (2018). *The Creative Process: perspectives from multiple domains*. Palgrave Macmillan
- Mayer, D. (2018). *Workflow: a practical guide to the creative process*. CRC Press
- Mootee, I. (2013). *Design Thinking for Strategic Innovation*. Wiley
- Rubin, R. (2023). *The Creative Act: a way of being*. Canongate Book
- Treffinger, D. J.; Isaksen, S. G., & Stead-Dorval, K. B. (2023). *Creative problem solving: An introduction*. Routledge
- Whitaker, A. (2016). *Art Thinking: How to Carve Out Creative Space in a World of Schedules, Budgets and Bosses*. Harper Collins