

**Unidade Universitária:** Centro de Comunicação e Letras**Disciplina:** INTRODUÇÃO À CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA
(LFE em Marketing e Criação)**Código da Disciplina:**
ENEX00394**Curso:** Publicidade e Propaganda**Eixo Temático:** Linguagens**Carga horária:** 25,5h

() Teórica (X) Prática

Etapa: 3ª**Ementa:**

Desenvolvimento de raciocínio criativo e de estímulo à criação através de experimentação e de pesquisa de ferramentas teóricas e práticas. Importância do conceito de criatividade. Prática da narrativa e os conceitos de originalidade como ferramentas criativas. Criação como adequação ao mercado. Inovação de linguagem e adequação à mídia. Criação de peças criativas em diferentes formatos publicitários. Otimização da divulgação e destaque para os apelos criativos.

Objetivos:

Estimular o aluno a apresentar ideias e solução de problemas, por meio do pensar criativo, propondo o desenvolvimento de formatos e conteúdos publicitários diversos.

Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Discutir e analisar a criação publicitária, dentro dos parâmetros de excelência no cenário contemporâneo das artes publicitárias.	Desenvolver peças publicitárias a partir dos diferentes formatos, adquirindo técnica e experiência dentro da realidade da criação publicitária.	Interessar-se pela realidade do mercado publicitário, sobretudo pela área de criação. Sentir-se incentivado e motivado a criar e inovar em formatos e conteúdos publicitários.

Conteúdo Programático

- Desenvolvimento do processo criativo por meio do raciocínio (como por exemplo: diferencial, afirmação básica e conceito criativo; rede semântica, outro);
- A ideia, sua função em busca de resultados.
- Etapas da Criação (processo):
 - Identificação de problemas,
 - Preparação,
 - Incubação,
 - Aquecimento,
 - Iluminação,
 - Elaboração,
 - Verificação.
- A criatividade e a criação na Publicidade.
- O que são os formatos publicitários (impressos, audiovisuais e digitais) e suas variações.
- Ênfase nos formatos impressos (mídia de massa, mídia alternativa):
 - Mídia exterior: *outdoor* (simples, duplo, com aplique); empena; *busdoor*, *back light* e *front light*; painel rodoviário; mobiliário urbano (impressos);
 - Revista: meia página, página inteira, página dupla, sequencial, módulos, rodapés, apliques, acabamentos, encartes, outros.
 - Jornal: página inteira, meia página, rodapé, outros (standard e tablóide).
 - Cartaz, cartazete, cartões publicitários (mídia card), etc.
- Técnica e função de cada peça publicitária.
- Elaboração passo a passo dos formatos propostos.



Critérios de avaliação

P1 - Desenvolvimento de 2 exercícios (ênfase no impresso: mídia exterior, cartaz, revista, jornal), com várias propostas, em grupo. Será avaliado o processo, ou seja, interpretação do briefing, elaboração do raciocínio criativo, participação em aulas/atendimentos e o resultado, apresentação dos anúncios.

P2 – Desenvolvimento de 1 trabalho com 3 formatos de anúncios diferenciados, em grupo. Será avaliado o processo, ou seja, interpretação do briefing, elaboração do raciocínio criativo, participação em aulas/atendimentos e o resultado, apresentação dos trabalhos.

A média será elaborada a partir da soma dos trabalhos (cada trabalho vale de 0 a 10,0)

Bibliografia básica

BERTOMEU, João Vicente. *Criação na Propaganda Impressa*. São Paulo: Thomson, 2006. (659.1B546c)

JESUS, Paula R. C. *Criação Publicitária: conceitos, ideias e campanhas*. São Paulo: Mackenzie, 2014.

VIEIRA, Stalimir. *Raciocínio criativo na publicidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2009. 659. (1014 V657r)

Bibliografia complementar

CARRASCOZA, João Anzanello. *Do caos a criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade*. São Paulo: Saraiva, 2008. (659.1C313c)

COLLARO, Antônio Celso. *Produção gráfica: arte e técnica da mídia impressa*. São Paulo: Pearson, Prentice Hall, 2007. (760C697p, e livros eletrônicos)

HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. *Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda*. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004. (659.132 H698r)

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processos de criação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997. (153.35 O85c)

PREDEBON, José. *Criatividade: abrindo o lado inovador da mente: um caminho para o exercício prático dessa potencialidade, esquecida ou reprimida quando deixamos de ser crianças*. São Paulo: Atlas, 2005. (658.40714 P922c)