



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: PERCEPÇÃO E CRIATIVIDADE (LFE em Marketing e em Criação)		Código da Disciplina: ENEX00426
Curso: Publicidade e Propaganda	Eixo Temático: Linguagem	
Carga horária: 25,5h	() Teórica (x) Prática	Etapa 2ª
Ementa: Definição e interpretação de espaço da cidade e o conceito de lugar. Busca de compreensão da percepção da cor. Interpretação da linguagem dos objetos. Criação da estrutura da linguagem não-verbal da propaganda. Estudos do comportamento do consumidor.		
Objetivos: Apresentar visões, conceitos e atitudes que estimulem novas abordagens e novas perspectivas para desenvolvimento de processos criativos significativos.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Percepção e imaginação: do pessoal ao cultural Criação e transformação de ideias e conceitos Espaço social e urbano como ambiente criativo Corpo, luz e som: elementos criativos	Desenvolver a noção de que a percepção e a imaginação englobam aspectos físicos (neurais), sociais e culturais Desenvolver a ideia de que o ambiente influencia e retroalimenta a criatividade Estimular a compreensão de que há diversos elementos que concorrem para a criação de novas abordagens da realidade	Estimular o espírito crítico e ousado para fugir de abordagens convencionais Desenvolver atitudes que propiciem novas perspectivas Evidenciar os preconceitos e criticá-los, a fim de estimular a experimentação e a miscigenação de ideias
Conteúdo Programático <ul style="list-style-type: none">• Percepção e criatividade• Imaginação e processos criativos• Os processos de criação• O som e suas possibilidades• A noção de beleza• O subtexto de um texto• Aspectos sensoriais da cor• O espaço urbano e a comunicação• Os personagens, personificação e narrativas• Identidade sensorial da marca: teoria• Os cinco sentidos da marca		
Metodologia Aulas expositivas; exercícios em grupo desenvolvidos sob orientação docente em sala de aula e em casa.		

**Critérios de avaliação**

Avaliação intermediária = P1

Trabalho final da disciplina = P2

Bibliografia básica

CARRASCOZA, J.A. *Do Caos à Criação Publicitária*. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

DE BONO, Edward. *Os Seis Chapéus do Pensamento - O Método Mundialmente Consagrado de Tornar o Debate de Idéias Mais Organizado, Rápido e Produtivo*. Editora: Sextante, 2008

FARINA, M. *Psicodinâmica das cores*. São Paulo: Summus editorial, 1985

Bibliografia complementar

BASBAUM, Sérgio R. *Sinestesia, arte e tecnologia: fundamentos da cromossomia*. São Paulo, Annablume, 2002.

FRASER, Tom. *O guia completo da cor: livro essencial para a consciência das cores*. São Paulo: Senac, 2007

MARTINS, José S. *A natureza emocional da marca: construção de empresas ricas*. 6. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2007

SHELLE, Karl Gottlob; DESHUSSES, Pierre; PATERNOT, Irene A. *A arte de passear*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ZUGMAN, Fábio e TURTCHIN, Michel. *Criatividade sem segredos*. São Paulo: Atlas 2010