

Componente Curricular: Exclusivo de curso ( )		Eixo Comum ( X )	Eixo Universal ( )
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA MKT E CRIAÇÃO		Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS	
Nome do Componente Curricular: ECONOMIA CRIATIVA e INOVAÇÃO NA COMUNICAÇÃO		Código do Componente Curricular: ENOP51894	
Carga horária: 4 horas aula 64 h/ 76ha	( X ) Sala de aula ( ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 7 OPTATIVA	
<p>Ementa:</p> <p>Conceito de economia criativa. A criatividade e os novos empreendimentos na economia do século XXI. As indústrias criativas: setores integrantes. A classe criativa, a sustentabilidade e a inovação. Economia criativa e tecnologia. O papel da economia criativa na comunicação social. A publicidade no paradigma da economia criativa. As mídias sociais digitais, o entretenimento e a economia de compartilhamento. Projetos integrando economia criativa e comunicação.</p>			
<p>Conteúdo Programático:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A criatividade como valor central na sociedade do Século XXI.</li> <li>- Introdução à economia criativa: conceitos, histórico, tendências e autores de referência.</li> <li>- Da economia da cultura à economia criativa: evolução das ideias e das práticas de negócios envolvendo cultura e áreas afins.</li> <li>- A economia criativa: as indústrias criativas, mapeamento das áreas estratégicas.</li> <li>- A classe criativa: os recursos humanos nos negócios da criatividade.</li> <li>- Tópicos importantes na era da criatividade: a inovação, tecnologia e a sustentabilidade.</li> <li>- A economia criativa e os setores criativos da comunicação social.</li> <li>- A indústria criativa da publicidade e relações com outros setores dos negócios criativos.</li> <li>- As mídias sociais digitais e o entretenimento e os novos negócios da economia da compartilhamento.</li> <li>- Projetos de integração da economia criativa e a comunicação.</li> </ul>			
<b>Sem</b>	<b>Tópico do conteúdo</b>	<b>Referências Bibliográficas</b>	

1	Apresentação do Curso: A Criatividade no Século XXI – Bases para a Economia Criativa	HOWKINS, John. <u>Economia criativa. Como ganhar dinheiro com ideias criativas.</u> São Paulo: M. Books, 2012.
2	Apresentação do Curso: A Criatividade no Século XXI – Da Economia da Cultura à Economia Criativa	HOWKINS, John. <u>Economia criativa. Como ganhar dinheiro com ideias criativas.</u> São Paulo: M. Books, 2012.  REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
3	Economia Criativa: conceitos, histórico, tendências, autores de referência. Modelos internacionais e modelo brasileiro	HOWKINS, John. <u>Economia criativa. Como ganhar dinheiro com ideias criativas.</u> São Paulo: M. Books, 2012.  REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
4	Economia Criativa: conceitos, histórico, tendências, autores de referência. Modelos internacionais e modelo brasileiro	HOWKINS, John. <u>Economia criativa. Como ganhar dinheiro com ideias criativas.</u> São Paulo: M. Books, 2012.  REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O</u>

		<u>caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
5	As indústrias criativas: mercados criativos, produtores e consumidores	FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas.</u> Rio de Janeiro: Firjan, 2016.  REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
6	As indústrias criativas: recursos humanos, novos paradigmas sociais, a questão da sustentabilidade e projetos inovadores	CALABRE, Lia. <u>Políticas Culturais: Informações, territórios e economia criativa.</u> São Paulo/RJ: Itaú Cultural/Fundação Casa Ruy Barbosa, 2013. FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas.</u> Rio de Janeiro: Firjan, 2016.
7	As indústrias criativas: Mapeamento das indústrias criativas no Brasil.	FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas.</u> Rio de Janeiro: Firjan, 2016. REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
8	<b>N1 – Avaliação</b> <i>Conteúdo visto até a data da avaliação; ver orientações para atividade no Moodle e em sala</i>	----
9	Smart Cities: Políticas públicas e a economia criativa aplicada à qualidade de vida na sociedade	REIS, Ana Carla Fonseca (org). <u>Cidades Criativas: Soluções Inventivas – O papel da Copa, das Olimpíadas e dos Museus Internacionais.</u> São Paulo/Recife: Garimpo de Soluções/Fundarpe, 2010.
10	Megaeventos esportivos e culturais no contexto da economia criativa	REIS, Ana Carla Fonseca (org). <u>Cidades Criativas: Soluções Inventivas – O papel da Copa, das Olimpíadas e dos Museus</u>

		Internacionais. São Paulo/Recife: Garimpo de Soluções/Fundarpe, 2010.
11	Empreendedorismo e Economia Criativa: chaves para o entendimento do sucesso de ações inovadoras.	HOWKINS, John. <u>Economia criativa. Como ganhar dinheiro com ideias criativas.</u> São Paulo: M. Books, 2012. FLORIDA, Richard. <u>A Ascensão da Classe Criativa.</u> Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.
12	Organização estratégica dos setores criativos. Dinâmicas econômicas e análises de casos. Setor de consumo: Arquitetura, design e moda	FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas.</u> Rio de Janeiro: Firjan, 2016. REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
13	Organização estratégica dos setores criativos. Dinâmicas econômicas e análises de casos. Setor de artes e expressões populares: expressões culturais, artes, patrimônio e música	FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas.</u> Rio de Janeiro: Firjan, 2016. REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
14	Organização estratégica dos setores criativos. Dinâmicas econômicas e análises de casos. Setor de tecnologia: Pesquisa e Desenvolvimento, Biotecnologia e Tecnologias da Informação e da Comunicação.	FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas.</u> Rio de Janeiro: Firjan, 2016. REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
15	Organização estratégica dos setores criativos. Dinâmicas econômicas e análises de casos. Setor de mídias 1: Publicidade e Propaganda	FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas.</u> Rio de Janeiro: Firjan, 2016. REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura.</u> Barueri/SP: Manole, 2007.
16	Organização estratégica dos setores criativos. Dinâmicas econômicas e análises de casos. Setor de mídias	FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas.</u> Rio de Janeiro: Firjan, 2016.

	2: Jornalismo, editorial e geração de conteúdos	REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura</u> . Barueri/SP: Manole, 2007.
17	Organização estratégica dos setores criativos. Dinâmicas econômicas e análises de casos. Setor de mídias 3: Novas tecnologias, jogos digitais, redes sociais e marketing digital	FIRJAN. <u>Mapeamento das Indústrias Criativas</u> . Rio de Janeiro: Firjan, 2016. REIS, Ana Carla Fonseca. <u>Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura</u> . Barueri/SP: Manole, 2007.
18	<b>N2 – Entrega dos Trabalhos Finais</b> Conteúdo visto até a data da avaliação; ver orientações para atividade no Moodle e em sala	-----
19	<b>Prova Substitutiva</b> Conteúdo do semestre; ver orientações para avaliação no Moodle e em sala. Atendimentos	-----
20	<b>Prova Final</b> Conteúdo do semestre; ver orientações para avaliação no Moodle e em sala. Atendimentos	

**Bibliografia Básica:**

FLORIDA, Richard. *A Ascensão da Classe Criativa*. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

HOWKINS, John. *Economia criativa. Como ganhar dinheiro com ideias criativas*. São Paulo: M. Books, 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura*. Barueri/SP: Manole, 2007.

**Bibliografia Complementar:**

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria de Economia Criativa – Política, diretrizes e ações*. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. In: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>

CALABRE, Lia. **Políticas Culturais: Informações, territórios e economia criativa**. São Paulo/RJ: Itaú Cultural/Fundação Casa Ruy Barbosa, 2013. In: [http://culturadigital.br/mincnordeste/files/2013/09/PolíticasCulturais\\_issue\\_AF.pdf](http://culturadigital.br/mincnordeste/files/2013/09/PolíticasCulturais_issue_AF.pdf)

FIRJAN. **Mapeamento das Indústrias Criativas**. Rio de Janeiro: Firjan, 2016. In: <http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>

REIS, Ana Carla Fonseca (org). **Cidades Criativas: Soluções Inventivas – O papel da Copa, das Olimpíadas e dos Museus Internacionais**. São Paulo/Recife: Garimpo de Soluções/Fundarpe, 2010. In: <http://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Cidades-Criativas-Solu%C3%A7%C3%B5es-Inventivas-final2.pdf>.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia**. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2007. In: [http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau\\_pdf/000577.pdf](http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/000577.pdf).

**Critérios de Avaliação:**

**N1:** a N1 será a somatória da nota da avaliação (7 pontos) com a nota de atividades de participação (3 pontos).

**N2:** a N2 será a somatória do trabalho desenvolvido em grupo e com o objetivo de análise dos setores criativos (7 pontos) com atividades de participação em grupo (3 pontos).

*Observação: detalhamentos sobre modelo de prova, das atividades e do trabalho final serão apresentados em tópicos específicos no Moodle e também discutidos em aula.*

**Substitutiva:** prova teórica e individual (0 a 10)

**Final:** prova teórica e individual (0 a 10)