ESCOLA SUPERIOR
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

# 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

**% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS**

Sem horas de contacto à distância/No remote hours

**ECTS**

5 ECTS

Inválido para efeitos de certificação

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

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

Helena Maria de Figueiredo Pina

60 horas de contacto

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

Helena Maria de Figueiredo Pina

60 hours lecturing load

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

Maria do Rosário Raposo Correia - 30 horas de contacto

**OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:**

Maria do Rosário Raposo Correia - 30 hours lecturing load

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

Análise crítica dos conceitos fundamentais da criatividade, com enfoque na sua relevância para os contextos contemporâneos. Exploração do processo criativo, tanto a nível individual como em equipa, destacando o seu papel na geração de soluções inovadoras para problemas complexos. Estudo e aplicação de técnicas de estimulação da criatividade, consideradas ferramentas essenciais para potenciar o desenvolvimento criativo. Promoção da capacidade criativa, individual e coletiva, orientada para a resolução de desafios emergentes nos domínios da comunicação e da publicidade, com vista a uma prática mais eficaz, inovadora e adaptada às exigências atuais.

Impresso para efeitos de certificação

ESCOLA SUPERIOR
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

## LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

Critical analysis of the fundamental concepts of creativity, with particular emphasis on their relevance to contemporary contexts. Exploration of the creative process, both at an individual and team level, highlighting its role in generating innovative solutions to complex problems. Study and application of creativity stimulation techniques, regarded as essential tools for enhancing creative development. Promotion of individual and collective creative capacity, oriented towards addressing emerging challenges in the fields of communication and advertising, aiming at more effective, innovative, and contextually adapted practices.

## CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Delimitação concetual da criatividade e identificação dos seus principais conceitos-chave, com análise das abordagens contemporâneas e respetivos fundamentos. Revisão das definições e noções essenciais da criatividade, bem como dos fatores que contribuem para o desenvolvimento de competências criativas e comunicacionais. Exploração de exercícios práticos de caráter disruptivo e aplicação de processos criativos centrados no ser humano, com destaque para a abordagem do *Design Thinking* . Enquadramento e relevância da criatividade no campo publicitário, considerando a especificidade da criação orientada e estratégica. Estudo da criatividade aplicada, através da apresentação de técnicas de estimulação criativa, dos seus objetivos e formas de operacionalização. Realização de exercícios de treino e aplicação, culminando na concretização de projetos práticos integrados em contexto profissional, tanto individuais como em equipa, recorrendo à utilização de técnicas criativas.

## SYLLABUS:

Conceptual delimitation of creativity and identification of its key concepts, with an analysis of contemporary approaches and their underlying foundations. Review of the essential definitions and notions of creativity, as well as of the factors that contribute to the development of creative and communicational competences. Exploration of practical exercises of a disruptive nature and the application of human-centred creative processes, with particular emphasis on the Design Thinking approach. Framing and relevance of creativity within the field of advertising, considering the specificity of guided and strategic creation. Study of applied creativity, through the presentation of creative stimulation techniques, their objectives, and modes of operationalisation. Implementation of training and application exercises, culminating in the development of integrated practical projects in professional contexts, both individually and in teams, employing creative techniques.

Impresso para efeitos de certificação

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

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

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

**C:** Criatividade: modelos concetuais. 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.

## 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 factos 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.

Inválido para efeitos de certificação

## METODOLOGIAS DE ENSINO:

Combinação das metodologias expositiva, ativa e participativa, bem como do método de descoberta utilizado no desenvolvimento das capacidades criativas. As metodologias de ensino-aprendizagem desenvolvidas são fundamentalmente centradas no estudante, nomeadamente as *project based learning* , que promovem a sua participação ativa (ODS 4). 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.

A integração dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) em projetos individuais ou de equipa no ensino superior promove uma aprendizagem interdisciplinar, crítica e orientada para a transformação social. Desta forma, reforçam-se competências de colaboração, pensamento sistémico e cidadania global alinhadas com a Agenda 2030 (ONU, 2015; UNESCO, 2017). O lançamento de um projeto criativo, integrado em contexto curricular e articulado com um Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) eleito pelo grupo de trabalho, constitui uma estratégia pedagógica que fomenta a reflexão crítica e o pensamento analítico em torno das temáticas abordadas. Este desafio estimula a criatividade dos estudantes, incentivando-os à conceção de soluções inovadoras no âmbito dos seus projetos. Em trabalho de grupo, os estudantes poderão explorar diferentes ODS, nomeadamente: ODS 3 - Saúde de Qualidade; ODS 7 - Energias Renováveis e Acessíveis; ODS 9 - Indústria, Inovação e Infraestruturas; ODS 11 - Cidades e Comunidades Sustentáveis; e ODS 12 - Produção e Consumo Sustentáveis. Desta forma, promove-se o debate académico e social, ampliando-se simultaneamente a consciência crítica e o compromisso com a transformação social.

UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A utilização de ferramentas de Inteligência Artificial nesta unidade curricular deve reger-se pelo Despacho n.º 204/2026-IPL - Visão e orientações do Instituto Politécnico de Lisboa para a utilização de inteligência artificial, sendo obrigatória a observância das regras específicas estipuladas pela/o docente.

Inválido para efeitos de certificação

## TEACHING METHODOLOGIES:

A combination of expository, active, and participatory methodologies, complemented by the discovery method, is employed to foster the development of creative abilities. The teaching-learning approaches adopted are fundamentally student-centred, especially project-based learning, which encourages active engagement and participation (SDG 4). To achieve the objectives, it is necessary to combine methodologies capable of generating a learning process that fosters the development of students' creative abilities while, at the same time, ensuring a level of application that is able to meet their professional needs.

The integration of the Sustainable Development Goals (SDGs) into individual or team projects in higher education promotes interdisciplinary, critical, and socially transformative learning. In this way, competences in collaboration, systems thinking, and global citizenship are reinforced, in alignment with the 2030 Agenda (UN, 2015; UNESCO, 2017). The introduction of a creative project, embedded within the curricular context and aligned with a Sustainable Development Goal (SDG) appointed by the working group, constitutes a pedagogical strategy that fosters critical reflection and analytical thinking on the issues addressed. This challenge stimulates students' creativity, encouraging them to devise innovative solutions within the scope of their projects. Working collaboratively, students may explore a range of SDGs, namely: SDG 3 - Good Health and Well-being; SDG 7 - Affordable and Clean Energy; SDG 9 - Industry, Innovation and Infrastructure; SDG 11 - Sustainable Cities and Communities; and SDG 12 - Responsible Consumption and Production. In this way, academic and social debate is promoted, while simultaneously enhancing critical awareness and strengthening commitment to social transformation.

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS

The use of Artificial Intelligence (AI) tools in this course unit must comply with Order No. 204/2026-IPL - Vision and Guidelines of the Polytechnic Institute of Lisbon on the Use of Artificial Intelligence. Students must also comply with the specific rules established by the professor.

## AVALIAÇÃO

Sistema de avaliação periódica :

**Avaliação individual** (Projeto individual, exercícios individuais e participação): 65%

**Avaliação em grupo** (Projeto de equipa, exercícios de grupo, apresentações): 35%

Invalidos efeitos de certificação

## EVALUATION

Periodic assessment system:

**Individual assessment** (individual project, individual exercises, and participation): 65%

**Group assessment** (team project, group exercises, and presentations): 35%

## 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.

Inválido para efeitos de certificação

**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 .

Inválido para efeitos de certificação

**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 maketing 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

Dorte, N., & Johansen, K. (2020). *The secret of the highly creative thinker: How to make connections others don?t* . BIS Publishers.

Francis, N. (2023). *The Creative Thinking Book: How to ignite and boost your creativity (Concise Advice)* . LID Publishing

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

Griffiths, C., Costi, M., & Medlicott, C. (2022). *The Creative Thinking Handbook: Your Step-by-Step Guide to Problem Solving in Business* . Kogan Page

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 pratical 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

Inválido para efeitos de certificação

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

## OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

3 - Garantir o acesso à saúde de qualidade e promover o bem-estar para todos, em todas as idades / 3 - Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages

4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos / 4 - Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

7 - Garantir o acesso a fontes de energia fiáveis, sustentáveis e modernas para todos / 7 - Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all

9 - Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação / 9 - Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation

11 - Tornar as cidades e as comunidades mais inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis / 11 - Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable

12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis / 12 - Ensure sustainable consumption and production patterns

## OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

A unidade curricular é optativa e é lecionada exclusivamente em português.

## OBSERVATIONS

This is an optional course unit and is taught exclusively in Portuguese.

Impressão para efeito de certificação