


| | | |
|--|--|--------------------------|
|  <p>IPG Politécnico da Guarda Escola Superior de Tecnologia e Gestão</p> | GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR | MODELO PED.008.02 |
|--|--|--------------------------|

| | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------|-------------------|----------------------------------|-----------------|----|
| <i>Curso</i> | Marketing e Comunicação | | <i>Ano letivo</i> | 2021-2022 | | |
| <i>Unidade Curricular</i> | Inovação Comunicacional e Processo Criativo | | ECTS | 4 | | |
| <i>Regime</i> | Obrigatório | | | | | |
| <i>Ano</i> | 1 | <i>Semestre</i> | 2º sem | <i>Horas de trabalho globais</i> | | |
| <i>Docente</i> | Maria de Fátima Bartolomeu Gonçalves | | <i>Total</i> | 112 | <i>Contacto</i> | 45 |
| <i>Coordenador</i> | Joaquim Manuel Fernandes Brigas | | | | | |

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Identificar as técnicas utilizadas para ajudar a desenvolver a criatividade.

Desenvolver capacidades que permitam identificar as etapas do processo criativo.

Identificar as estratégias dos processos criativos que se desenvolvem no contexto organizacional.

Utilizar as principais técnicas de produção de ideias na resolução de problemas organizacionais.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Sistemas de inovação organizacional
2. Criatividade e inovação no contexto organizacional
3. O processo criativo
4. Técnicas de produção de ideias

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Os objetivos da unidade curricular remetem para a necessidade de apreensão e aprofundamento por parte dos alunos de conhecimentos em criatividade e inovação no contexto organizacional sendo concretizados através dos diferentes conteúdos programáticos apresentados. Pretende-se dotar os alunos de competências para planear, desenvolver e implementar sistemas de inovação organizacional.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Bono, E. (2015). *Lateral Thinking: Creativity Step by Step*. Nova York: Harper Colophon.

Brand, W. (2017). *Visual Thinking*. Amsterdão: BIS Publishers.

Brown, T. e Katz, B. (2009). *Change by design: how design thinking can transform organizations and inspires innovation*. New York: Harper Business

Ingledeu, J. (2016). *How to have great ideas: a guide to creative thinking*. Londres: Laurence King.

Kohan, S. (2014). *Os segredos da criatividade. Técnicas para desenvolver a imaginação, evitar bloqueios e expressar ideias*. São Paulo: Gutenberg Editora.

Lupton, E. (2016). *Intuição, ação, Criação. Graphic Design Thinking*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Rasquilha, L. (2009). *Publicidade: Fundamentos, Estratégias, Processos Criativos. Planeamento de Meios e Outras Técnicas de Comunicação*. Lisboa: Gestão Plus.

Sousa, F. e Monteiro, I. (2015). *Colaborar para inovar. A inovação organizacional e social como resultado do processo de decisão*. Lisboa: Edições Sílabo.

Sousa, F. e Monteiro, I. (2017). *Liderança de Equipas na resolução de problemas complexos, um guia para a inovação organizacional (2ª Edição)*. Lisboa: Edições Sílabo.

Tschimmel, K. (2011). *Processos Criativos: A emergência de ideias na perspectiva sistémica da criatividade*. Matosinhos: ESAD.

Vogel, T. (2014). *Breakthrough Thinking: A Guide to Creative Thinking and Idea Generation*. Ohio: HOW Books.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

1. Aulas expositivas.
2. Aulas de exploração de casos práticos.

A avaliação contínua resulta do somatório da participação ativa através da realização de, no mínimo três, trabalhos teórico-práticos em sala de aula.

Relativamente às épocas de exames (Normal e de Recurso) os alunos deverão responder a uma prova escrita (100%).

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

As aulas expositivas a lecionar visam transmitir conceitos e conteúdos fundamentais em criatividade e inovação na comunicação. O trabalho destina-se a consolidar os conhecimentos e as competências adquiridas, socorrendo-se de fontes e bibliografia aconselhadas pela docente, que irá promover também a autonomia de pesquisa. A exposição oral das várias etapas do trabalho irá permitir estimular a reflexão e o debate coletivo em torno do tema escolhido.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Obrigatoriedade de dois terços das presenças (com exceção dos alunos abrangidos por legislação específica).

Serão ressalvadas as ausências com justificação legal.