Disciplina:
Product Ideas

Professora:
Renata Antunes, Creative Director at Agência WE

Em um mercado onde tudo passa rápido, ideias de produto têm o poder de permanecer, gerar conversa e transformar marcas em cultura. Em Product Idea, você vai aprender a desenvolver produtos criativos que funcionam como mídia, experiência e storytelling.

A disciplina foi criada para ajudar alunos a pensarem além da propaganda tradicional, explorando produtos como ferramentas de comunicação capazes de gerar PR, engajamento, relevância cultural e desejo. Mais do que criar objetos, serviços ou collabs, o objetivo é construir ideias fortes.

Programa

Objetivo

Ajudar alunos a terem ideias de produto com objetivo de gerar PR e reforçar os atributos e conceito da marca. Queremos que eles saiam da aula com conhecimento, repertório e ideias fortes para o portfólio.

Dinâmica das aulas

Além do conteúdo teórico e das análises de cases, a disciplina será estruturada de forma prática e contínua. Na primeira aula, os alunos receberão 3 briefings diferentes e serão incentivados a desenvolver ideias para qualquer um deles ao longo do curso.

A intenção é estimular processos criativos distintos, permitindo que cada aluno encontre caminhos mais alinhados ao seu repertório, interesses e habilidades. Durante as aulas, os projetos serão constantemente revisados e lapidados através de feedbacks individuais e coletivos, buscando elevar conceito, craft, execução e potência de apresentação.

A disciplina também incentiva experimentação, cultura visual, pensamento estratégico e aprofundamento técnico, aproximando os alunos da lógica criativa exigida pelas maiores

agências, marcas e festivais do mundo.

Temas de cada aula

Aula 1 - Introdução Geral

- Apresentação da professora.
- Apresentação dos alunos.
- Introdução à disciplina.
- O que é uma Product Idea?
- Referências de ideias e cases.
- Formação das duplas/trincas (se necessário).
- Apresentação dos 3 briefings.
- Primeiras discussões de ideias.
- Perguntas, dúvidas e respostas.

Aula 2 - O Produto como Ferramenta de Comunicação

- Por que criar um produto e não uma campanha tradicional?
- O produto como materialização da imagem da marca.
- O produto precisa ser do mesmo segmento que a marca atua?
- Tipos de Product Ideas.
- Produtos físicos, digitais, experiências e serviços.
- Cases que geraram PR global.
- Perguntas, dúvidas e respostas.

Aula 3 - Craft e Execução

- Temos o produto. E agora?
- Conceito
- Naming
- Direção de Arte & Design.
- Produção
- Protótipo e apresentação visual.
- PR e narrativa de lançamento.
- Como vender sua ideia.
- Perguntas, dúvidas e respostas.

Aula 4 - Heineken: Class Study

- Aula inteiramente dedicada a destrinchar cases da Heineken e entender como a marca usa produtos, experiências e collabs como ferramenta de construção cultural.
- Estratégia criativa da marca.
- Produtos criados pela Heineken.
- Recepção & Resultados.
- Como a marca transforma produto em conversa.
- O equilíbrio entre entretenimento, branding e inovação.
- Feedback I das ideias.

- Perguntas, dúvidas e respostas.

Aula 5 - Premiação e Festivais

- Antes de tudo: prêmio é importante?
- Os principais festivais e as diferenças entre eles.
- Como festivais influenciam o mercado criativo.
- Cases & Boards: como apresentar sua ideia.
- O que faz um projeto chamar atenção.
- Não peguei shortlist. E agora?
- Competição: até que ponto é saudável?
- Feedback 2 das ideias.
- Perguntas, dúvidas e respostas.

Aula 6 - F-S a Propaganda**

- Ideias de produto incríveis que não nasceram como propaganda.
- Produtos como forma de arte.
- Produtos que revolucionaram o mundo.
- Produtos como expressão cultural.
- Projetos pessoais que viraram negócios ou cases.
- Quando uma ideia transcende a publicidade.
- Feedback 3 das ideias.
- Perguntas, dúvidas e respostas.

Aula 7 - Collabs

- Como surgiram as collabs entre marcas.
- Por que collabs são tão populares?
- Collab de negócio vs. collab criativa.
- Marcas de universos diferentes podem colaborar?
- Marcas concorrentes podem colaborar?
- Cases de collabs bem-sucedidas.
- As collabs mais inusitadas do mercado.
- O papel da cultura e da comunidade nas collabs.
- Perguntas, dúvidas e respostas.

Aula 8 - The Power of a Bookmark

- Uma aula focada em referências criativas, direção de arte, design, tecnologia e repertório visual.
- Tecnologia & Cultura Digital
- Universal Everything
- Media Design Practices
- Cool Things
- Stupid Hackathon
- Direção de Arte & Design
- João Linneu
- Matt Willey
- Rafael Beretta

- Pedro Gabbay
- Bruno Oppido
- Suzy Chan
- Como alimentar repertório criativo.
- A importância das referências visuais.
- Feedback 4 das ideias.
- Perguntas, dúvidas e respostas.

Aula 9 - Review Geral

- Review coletivo de todos os projetos.
- Ajustes finais.
- Refinamento de conceito, craft e narrativa.
- Construção da apresentação final.
- Como defender uma ideia criativamente.
- Critério criativo: como avaliamos projetos.
- Discussão aberta sobre os trabalhos da turma.

Aula 10 - Apresentação Final

- Apresentação final dos trabalhos para a professora e um criativo convidado do mercado.
- Defesa das ideias.
- Feedbacks finais.
- Discussão sobre potencial de portfólio e festivais.
- Encerramento da disciplina.
- Próximos passos para evolução dos projetos.

© 2026 Miami Ad School. Todos os direitos reservados.