

EMPREENDEDORISMO E COMUNICAÇÃO DE VIDEOJOGOS

Mestrado em Engenharia em Desenvolvimento de Jogos Digitais

Código: 25601

Área Científica Predominante: Gestão Empresarial

Docente: Beatriz da Graça Luz Casais

Idioma de Instrução: Português

Regime: S1

Carga Letiva: 30h Carga Trabalho: 185h

ECTS: 8,0

Objetivos

Dotar os estudantes de competências e ferramentas necessárias para comunicação dos videojogos nas mais variadas plataformas. Os estudantes deverão obter conhecimentos para:

Resultados da Aprendizagem

Dotar os estudantes de competências e ferramentas necessárias para comunicação dos videojogos nas mais variadas plataformas. Os estudantes deverão obter conhecimentos para:

- Criação de uma empresa;
- Criação de um plano de negócios;
- Conceção de um plano de marketing
- Desenvolver um pitch para captação de investimento;

Conteúdos Programáticos

I – Inovação e Empreendedorismo

1.1 Características do Empreendedor

1.2 Processo de criação de novos negócios

1.3 Formalidades para a criação de empresas

1.4 Conceitos básicos de legislação empresarial

1.5 Fontes de financiamento de novos negócios

1.6 Políticas Públicas de apoio ao empreendedorismo

II – Plano de negócio

1.1 Análise do Meio envolvente

1.2 Missão, objetivos e estratégia empresarial

1.3 Mercado, concorrência e vantagens competitivas

1.4 Modelo de Negócio – Business Model Canvas

1.5 Plano de Marketing

1.5.1 Gestão do Produto: características e aspetos diferenciadores

1.5.2 Gestão do Preço: margem de contribuição, break even e lucro

1.5.3 Gestão da Distribuição: lojas dos sistemas operativos

1.5.4 Gestão da Comunicação: in-apps, notifications; game service features; advergames; product placement.

III – Estrutura Organizacional, Gestão de Recursos e Estudo de Viabilidade

IV – Elevator Pitch para investidores

Bibliografia Recomendada

Ferreira, M.P.; Reis, N.R. e Serra, F.R. (2009). Marketing para Empreendedores e Pequenas Empresas, 3ª edição, Lisboa: Lidel.

Santos, J.R.S (2008). Gestão Estratégica Conceitos, modelos e instrumentos, Lisboa: Escolar Editora.

Serra, F.R.; Ferreira, M.P.; Torres, M.C. e Torres, A.P. (2010). Gestão Estratégica Conceitos e Prática, 2ª edição, Lisboa: Lidel.

Ferreira, M.P.; Santos, J.C.; Reis, N. e Marques, T. (2010). Gestão Empresarial, 3ª edição, Lisboa: Lidel.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

O capítulo 1, o capítulo 2 e o capítulo 3 respondem ao objetivo da criação do modelo de negócio no que respeita à identificação do diagnóstico, desenvolvimento da estratégia e desenvolvimento do plano de marketing e financeiro. O capítulo 4 responde ao objetivo de comunicação do modelo de negócio a potenciais investidores.

Métodos de Avaliação

- Avaliação Contínua e Época de Recurso

i) Plano de Negócio e de Marketing – 50% trabalho individual

ii) Elevator Pitch – simulação a investidores – 50% apresentação