

EMPREENDEDORISMO E COMUNICAÇÃO DE VIDEOJOGOS

Mestrado em Engenharia em Desenvolvimento de Jogos Digitais

Código: 25601

Área Científica Predominante: Gestão Empresarial

Docente: Teresa Maria Leitão Diegues

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 nos mais variados contextos, inclusive de obtenção de financiamentos.

Resultados da Aprendizagem

Os estudantes deverão obter conhecimentos para saber como:

- Criar uma empresa;
- Elaborar um Plano de Negócios;
- Conceber 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 point e lucro

1.5.3 Gestão da Distribuição: lojas dos sistemas operativos

1.5.4 Gestão da Comunicação

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

IV – Elevator Pitch para investidores

Bibliografia Recomendada

·Tidd, J; Bessant, J and Pavitt, K. Managing Innovation – Integrating Technological, Market and Organizational Change. 2nd Edition: John Wiley Sons, 2001

·Hirsch, R; Michael, P. and Shepherd, D – Entrepreneurship.McGraw-Hill, 2008 ·Ferreira, M., Santos, J., Carvalho. Serra, F. Ribeiro – Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Moldar a nova Empresa. 1ª Edição. Edições Sílabo. 2008

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, Época Normal e Época de Recurso

·Plano de Negócio e de Marketing – 50% trabalho individual

·Elevator Pitch – simulação a investidores – 50% apresentação

REGIME DE FUNCIONAMENTO excepcional (pandemia COVID 19):

A unidade curricular funcionará em regime presencial. Contudo, perante a evolução da situação, poderá haver necessidade de ajustar o funcionamento da unidade curricular, nomeadamente para um regime híbrido e/ ou não

presencial. Quaisquer alterações serão sempre comunicadas aos estudantes atempadamente.

NOTA: no caso de se verificar a passagem para um regime híbrido e/ou online, para os alunos que estejam online, há obrigatoriedade de ligar a câmara durante a aula (despacho (PR) n.º88/2020, na alínea xii. do Ponto 1).