

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas de Videogames



Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas de Videogames

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/videogame/mestrado-proprio/mestrado-proprio-mba-gestao-empresas-videogames

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 12

04

Direção do curso

pág. 16

05

Estrutura e conteúdo

pág. 20

06

Metodologia

pág. 30

07

Certificado

pág. 38

01

Apresentação

A gestão de uma empresa dedicada ao setor de videogames envolve várias tarefas e objetivos a serem cumpridos. Há muitos fatores a serem considerados, tais como as técnicas de marketing a serem utilizadas, o conhecimento de programas específicos ou as habilidades necessárias para liderar uma equipe. Por esta razão, este programa de estudos visa capacitar os alunos nestas tarefas através de uma metodologia acadêmica mais vanguardista. Graças a isso, o estudante adquirirá qualidades valiosas e essenciais para a gestão de empresas digitais ou de videogames.



“

Com este Mestrado Próprio, o caminho para o sucesso será mais fácil graças às ferramentas que você adquirirá na alta administração de empresas de videogames”

As empresas dedicadas à criação de videogames estão em plena expansão. É um mercado emergente, que tem muitos compradores em todo o mundo, por isso a demanda dentro dele está aumentando. A gestão dentro destes tipos de empresas requer um conjunto de habilidades a serem desenvolvidas que impulsionarão a empresa para o sucesso de vendas.

Por esta razão, estar à frente da gestão da empresa é tanto uma grande quanto uma imponente responsabilidade. É importante conhecer todos os aspectos do setor, para que todos esses aspectos possam ser investigados e constantemente melhorados, a fim de obter resultados finais de qualidade.

O MBA em Gestão de Empresas de Videogames foi elaborado para servir como um guia para profissionais que desejam desenvolver uma carreira na gestão de empresas envolvidas na área de videogames. Através de um conteúdo claro e contundente, o profissional alcançará as competências necessárias para o desenvolvimento das tarefas do cargo.

Com uma metodologia online, este curso é a opção perfeita para aqueles que desejam combinar seus estudos com seu trabalho ou sua vida pessoal. A TECH aplica o *Relearning*, uma técnica de aprendizagem com eficácia comprovada. Esta consiste na repetição de conceitos-chave por parte dos professores, a fim de desenvolver uma aprendizagem sem discontinuidades.

Este **Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas de Videogames** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Gestão de Empresas de Videogames
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil fornece informações científicas e práticas sobre aquelas disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- ◆ Exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ◆ Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Torne-se uma referência em um dos setores mais demandados do momento"

“

As empresas digitais e de videogames estão em plena expansão, devido ao rápido crescimento da tecnologia. Junte-se a esta revolução estudando na TECH Universidade Tecnológica"

O corpo docente do programa conta com profissionais do setor, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de instituições de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos nesta área.

Ensinar como administrar empresas de sucesso é um dos principais objetivos deste programa de estudos.

Com nossa metodologia online, você poderá organizar seu tempo de estudo de forma prática e eficiente.



02

Objetivos

O objetivo deste MBA em Gestão de Empresas de Videogames da TECH é orientar o profissional nos pilares fundamentais da gestão estratégica da empresa. Este curso conta com um programa de estudos com todos os conceitos-chave para compreender e executar um plano estratégico que serve como referência para uma correta coordenação e execução do trabalho entre os membros da equipe. Portanto, o profissional que completar este programa de estudos chegará ao final com os conhecimentos adequados para desenvolver seu papel no local de trabalho.





“

*Conduza uma equipe em direção
ao mesmo objetivo: o sucesso”*



Objetivos gerais

- ◆ Gerar estratégias para a indústria
- ◆ Compreender em profundidade e conceber projetos de videogames
- ◆ Conhecer em profundidade as tecnologias emergentes e as inovações no setor
- ◆ Desenvolver estratégias orientadas a videogames
- ◆ Dominar as áreas funcionais das empresas do setor de videogame
- ◆ Aprender em detalhes como desenvolver estratégias de Marketing e vendas
- ◆ Aprender de forma abrangente como criar empresas orientadas para o mercado de videogames
- ◆ Conhecer em profundidade o impacto na gestão de projetos e liderança de equipes





Objetivos específicos

Módulo 1. Estratégia em Empresas Digitais e Videogames

- ◆ Conhecer o contexto e os componentes da estratégia empresarial focada na indústria de videogames

Módulo 2. Direção de Empresas de Videogames

- ◆ Aprender em detalhes toda a estrutura da cadeia de valor da indústria e adquirir as habilidades necessárias para a gestão das diferentes organizações do setor

Módulo 3. Marketing Digital e Transformação Digital de Videogames

- ◆ Identificar e saber desenvolver todas as disciplinas e técnicas de Marketing *Gaming* que permitem promover modelos de negócio na indústria dos videogames

Módulo 4. Criação de Empresas de Videogames

- ◆ Conhecer amplamente os principais elementos para a criação de empresas que possam se posicionar no mercado de videogames.

Módulo 5. Gerenciamento de projetos

- ◆ Conhecer detalhadamente o funcionamento e a gestão de projetos

Módulo 6. Inovação

- ◆ Estudar amplamente os principais elementos para o desenvolvimento de soluções inovadoras e viáveis para diferentes serviços e produtos de videogames

Módulo 7. Gestão financeira

- ◆ Identificar e reconhecer os aspectos mais críticos da gestão econômica e financeira como uma das principais competências para a gestão empresarial.

Módulo 8. Gestão Comercial

- ◆ Desenvolver altas competências comerciais nos principais processos para aumentar as capacidades de venda e desenvolvimento de negócios nas empresas do setor

Módulo 9. Gestão de eSports

- ◆ Conhecer em profundidade, aprender e estudar todo o sub-ecossistema dos *eSports*, tanto os seus principais players como modelos de negócio de forma a estar apto a desenvolver este mercado

Módulo 10. Liderança e gestão de talento

- ◆ Adquirir competências e habilidades sobre as novas competências que as pessoas precisam para liderar modelos de negócios e projetos na indústria de videogames

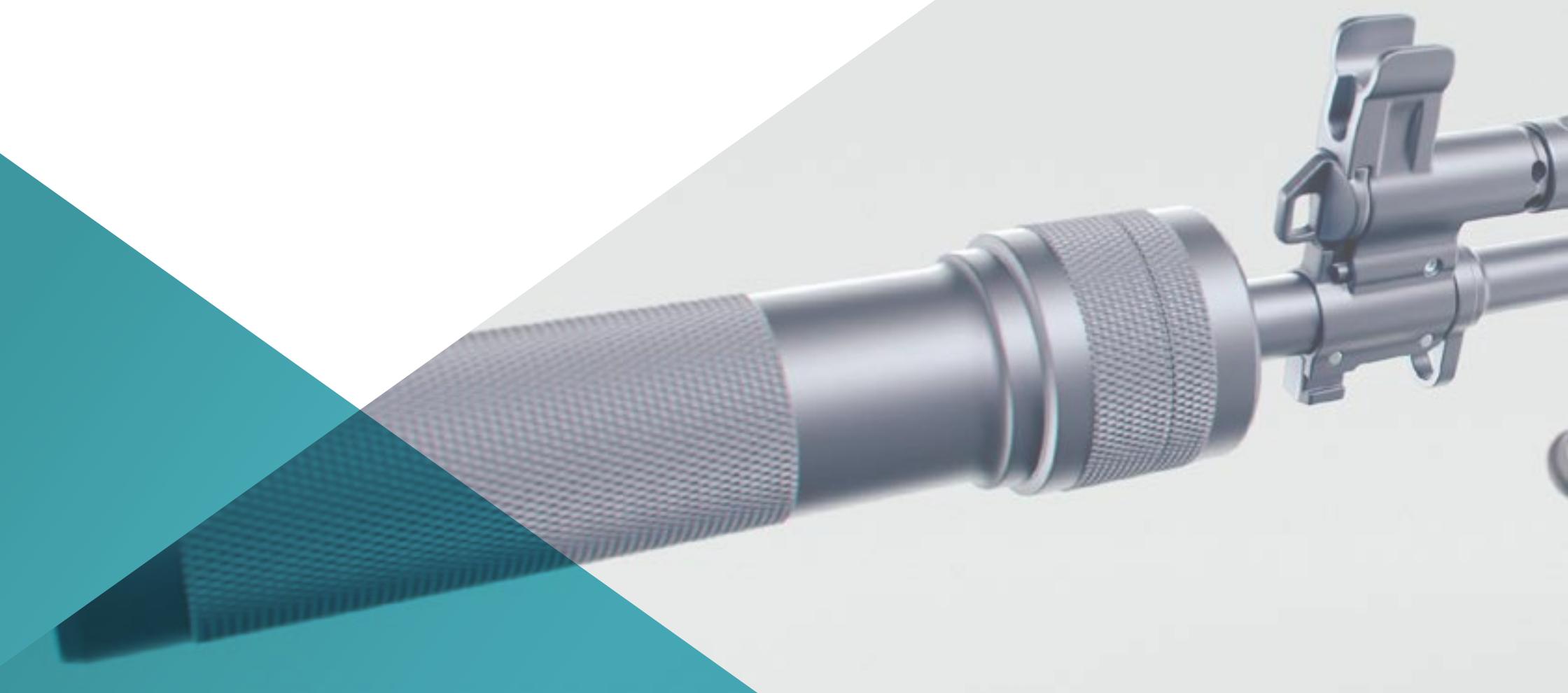


Nossas ferramentas ajudarão e acompanharão você em todo o caminho para atingir seus objetivos"

03

Competências

Todas as habilidades que os estudantes adquirem durante seu processo de aprendizagem neste MBA em Gestão de Empresas de Videogames serão de grande utilidade em sua carreira futura. Através deste programa de estudos, você encontrará as respostas para as necessidades das empresas do setor e os detalhes das atividades para desenvolver com sucesso uma posição gerencial dentro de uma empresa no campo digital.





“

Através de diferentes competências, como a compreensão do ecossistema da indústria de videogames, você entenderá e aprenderá como executar um plano infalível para um futuro cargo no mercado de trabalho dentro de uma empresa deste ramo”



Competências gerais

- ◆ Desenvolver estratégias de negócios voltadas para empresas digitais e de videogames
- ◆ Dominar as áreas de gestão das empresas digitais e de videogames
- ◆ Aprender em profundidade e conceber projetos de videogames
- ◆ Conhecer em detalhes o ecossistema da indústria de videogames
- ◆ Aprenda em detalhes as tecnologias a serviço dos videogames, de um ponto de vista de negócios
- ◆ Conhecer amplamente o impacto das ações de Marketing e Sales
- ◆ Analisar a gestão financeira e econômica de uma empresa de videogames
- ◆ Compreender em detalhes os principais aspectos para a criação de empresas de videogames
- ◆ Adquirir altos critérios sobre tecnologías emergentes e innovación en la industria de los videojuegos
- ◆ Adquirir as habilidades e competências mais complexas para liderar modelos de negócios e projetos no campo dos videogames.



Competências específicas

- ◆ Dominar as áreas de gestão das empresas digitais e de videogames
- ◆ Analisar aspectos tais como o processo estratégico e a necessidade de analisar as diferentes variáveis necessárias para a formulação estratégica
- ◆ Conhecer as ferramentas de estudo para a análise do setor de videogames, da posição competitiva e do ambiente econômico
- ◆ Fundamentar os objetivos e funções da gestão estratégica em empresas digitais e de videogames
- ◆ Considerar os elementos que compõem a estrutura do setor e a cadeia de valor particular
- ◆ Rever os elementos da cadeia de valor dos videogames
- ◆ Agregar valor em áreas como o comércio eletrônico
- ◆ Trabalhar nos perfis profissionais do setor de videogames e dos clubes profissionais de eSports
- ◆ Aprender a elaborar um plano de Marketing Digital
- ◆ Enfatizar as disciplinas de captação de tráfego e audiência para a distribuição de mensagens comerciais
- ◆ Trabalhar as técnicas de Display e de programática publicitária
- ◆ Aprender as disciplinas do Inbound Marketing e de Account Based Marketing
- ◆ Assimilar os processos de Marketing Digital e as soluções atuais para sua automatização
- ◆ Conhecer as necessidades para a criação de uma empresa e sua busca pela sustentabilidade
- ◆ Revisar elementos-chave em um plano de negócios e suas necessidades de investimento
- ◆ Estudar os detalhes da produção de um videogame e as operações após seu lançamento no mercado

- ◆ Analisar como operam os novos modelos de distribuição online
- ◆ Adquirir conhecimento na gestão de projetos
- ◆ Compreender as arquiteturas dos projetos de videogames
- ◆ Trabalhar estudos de caso sobre a realização das fases de concepção, lançamento e execução de projetos
- ◆ Veja como a gestão de publicidade e marketing é integrada em um projeto
- ◆ Rever os elementos e componentes necessários para que o profissional desenvolva capacidades e habilidades inovadoras
- ◆ Tratar e gerenciar talentos como parte fundamental do capital de uma empresa digital e de videogames
- ◆ Trabalhar e dar uma visão detalhada dos modelos de negócios inovadores que estão sendo desenvolvidos no setor
- ◆ Conhecer as habilidades, conhecimentos e competências em análise econômica financeira
- ◆ Adquirir um alto nível de conhecimento financeiro sobre o negócio
- ◆ Trabalhar os aspectos mais relevantes do sistema financeiro
- ◆ Aprofundar-se em todas as seções que compõem o sistema econômico e financeiro de uma empresa digital e de videogames
- ◆ Adquirir competências comerciais
- ◆ Desenvolver corretamente ações voltadas para a comercialização e venda de produtos ou serviços
- ◆ Colocar em prática e conhecer como funciona a direção comercial e de vendas, a fim de aplicar as técnicas mais atuais
- ◆ Aprender e compreender como gerir eventos, campeonatos e convenções de *eSports*
- ◆ Entender as duas entidades mais relevantes no *eSports*: o jogador e o clube
- ◆ Conhecer profundamente os diferentes modelos de negócios que podem ser desenvolvidos na gestão de *eSports*, assim como os aspectos mais relevantes no desenvolvimento de eventos e campeonatos ou na gestão de patrocínios e publicidade
- ◆ Propor estratégias de venda de *Merchandising*
- ◆ Aplicar o *Influencer Marketing* de uma forma lucrativa
- ◆ Adquirir competências e habilidades de liderança
- ◆ Trabalhar as competências de gestão de talentos através da análise e desenvolvimento de processos de Recursos Humanos
- ◆ Conheça em detalhes as *Soft Skills*
- ◆ Desenvolver uma liderança pragmática

04

Direção do curso

Com o objetivo de fornecer aos estudantes os conhecimentos relevantes para desenvolver uma Gestão de Empresas Digitais e de Videogames de qualidade, este programa de estudos conta com uma equipe docente altamente qualificada. Assim, contam com um interessante percurso profissional, no qual acumularam experiência, o que é extremamente útil para a elaboração do material didático que este Mestrado Próprio possui. O aluno, portanto, tem a garantia de uma alta qualidade por parte dos professores que o orientarão em sua jornada acadêmica.





“

Aprenda com os melhores profissionais os segredos para levar uma empresa artística e de videogames ao sucesso”

Direção



Sr. Daniel Moreno Campos

- ♦ Chief Operations Officer na Marshals
- ♦ Project Manager Officer en Sum - The Sales Intelligence Company
- ♦ Content Manager na GroupM (WPP)
- ♦ Docente na Boluda.com
- ♦ Docente na Edix (UNIR)
- ♦ Professor associado na ESIC Business & Marketing School
- ♦ Mestrado em Inovação e Transformação Digital, Comunicação Digital e Conteúdo Multimídia na Universidade MSMK
- ♦ Product Owner Certification



05

Estrutura e conteúdo

Este curso conta com um programa de estudos elaborado levando em conta as exigências das empresas, pelo corpo docente que o compõe. Portanto, segue um programa de estudos cujo conteúdo oferece o conhecimento e as ferramentas necessárias para uma visão geral das diferentes gestões e estratégias para um desenvolvimento ideal das tarefas necessárias em um trabalho dentro do setor. Em todos os módulos, o aluno adquirirá as destrezas que devem ser aplicadas na Gestão de Empresas Digitais e de Videogames.





“

Este Mestrado Próprio segue um plano de estudos sob medida para que você aprenda de maneira eficaz tudo o que precisa saber sobre a Gestão de Empresas Digitais e de Videogames”

Módulo 1. Estratégia em Empresas Digitais e Videogames

- 1.1. Empresas Digitais e Videogames
 - 1.1.1. Componentes da estratégia
 - 1.1.2. Ecossistema digital e de videogames
 - 1.1.3. Posicionamento estratégico
- 1.2. Processo estratégico
 - 1.2.1. Análise estratégica
 - 1.2.2. Seleção de alternativas estratégicas
 - 1.2.3. Implementação da estratégia
- 1.3. Análise estratégica
 - 1.3.1. Interno
 - 1.3.2. Externo
 - 1.3.3. Matriz SWOT e CAME
- 1.4. Análise do setor de videogame
 - 1.4.1. Modelo das 5 forças de Porter
 - 1.4.2. Análise PESTEL
 - 1.4.3. Segmentação setorial
- 1.5. Análise de posição de competência
 - 1.5.1. Criação e monetizar o valor estratégico
 - 1.5.2. A busca de nicho vs. Segmentação do mercado
 - 1.5.3. A sustentabilidade do posicionamento competitivo
- 1.6. Análise do ambiente econômico
 - 1.6.1. Globalização e internacionalização
 - 1.6.2. Investimento e economia
 - 1.6.3. Indicadores de produção, produtividade e emprego
- 1.7. Gestão estratégica
 - 1.7.1. Um quadro para análise da estratégia
 - 1.7.2. Análise do ambiente setorial, recursos e capacidades
 - 1.7.3. Prática da Estratégia

- 1.8. Formular a estratégia
 - 1.8.1. Estratégia Corporativa
 - 1.8.2. Estratégias genéricas
 - 1.8.3. Estratégias de cliente
- 1.9. Implementação da estratégia
 - 1.9.1. Planejamento estratégico
 - 1.9.2. Comunicação e esquema de participação organizacional
 - 1.9.3. Gestão de mudanças
- 1.10. Os Novos Negócios Estratégicos
 - 1.10.1. Os oceanos azuis
 - 1.10.2. A exaustão da melhoria incremental na curva de valor
 - 1.10.3. Negócio de custo marginal zero

Módulo 2. Direção de Empresas de Videogames

- 2.1. Setores e cadeia de valor
 - 2.1.1. Valor no setor de entretenimento
 - 2.1.2. Elementos da cadeia de valor
 - 2.1.3. Relação entre cada um dos elementos da cadeia de valor
- 2.2. Desenvolvedores de videogames
 - 2.2.1. A proposta conceitual
 - 2.2.2. Design criativo e enredo do videogame
 - 2.2.3. Tecnologias aplicáveis ao desenvolvimento de videogames
- 2.3. Fabricantes de consoles
 - 2.3.1. Componentes
 - 2.3.2. Tipologia e fabricantes
 - 2.3.3. Geração de consoles
- 2.4. *Publishers*
 - 2.4.1. Seleção
 - 2.4.2. Gestão de desenvolvimento
 - 2.4.3. Geração de produtos e serviços

- 2.5. Distribuidores
 - 2.5.1. Acordos com distribuidores
 - 2.5.2. Modelo de distribuição
 - 2.5.3. Logística de distribuição
 - 2.6. Varejistas
 - 2.6.1. Varejistas
 - 2.6.2. Orientação e vinculação com o consumidor
 - 2.6.3. Serviços de consultoria
 - 2.7. Fabricantes de acessórios
 - 2.7.1. Acessórios para o *Gaming*
 - 2.7.2. Mercado
 - 2.7.3. Tendências
 - 2.8. Desenvolvedores de *Middleware*
 - 2.8.1. *Middleware* na indústria de videogames
 - 2.8.2. Desenvolvimento *Middleware*
 - 2.8.3. *Middleware*: tipologia
 - 2.9. Perfis profissionais do setor de Videogames
 - 2.9.1. *Game Designers* e programadores
 - 2.9.2. Modeladores e texturizadores
 - 2.9.3. Animadores e ilustradores
 - 2.10. Os clubes profissionais de *eSports*
 - 2.10.1. A área administrativa
 - 2.10.2. A área esportiva
 - 2.10.3. A área de comunicação
- Módulo 3. Marketing Digital e Transformação Digital de Videogames**
- 3.1. Estratégia em Marketing Digital
 - 3.1.1. *Customer Centric*
 - 3.1.2. *Customer Journey* e *Funnel* de Marketing
 - 3.1.3. Projeto e criação de um plano de Marketing Digital
 - 3.2. Ativos digitais
 - 3.2.1. Arquitetura e design web
 - 3.2.2. Experiência de usuário - UX
 - 3.2.3. Mobile Marketing
 - 3.3. Meios digitais
 - 3.3.1. Estratégia e Planejamento de Mídia
 - 3.3.2. *Display* e programática publicitária
 - 3.3.3. Digital TV
 - 3.4. *Search*
 - 3.4.1. Desenvolvimento e aplicação de uma estratégia de *Search*
 - 3.4.2. SEO
 - 3.4.3. SEM
 - 3.5. *Social Media*
 - 3.5.1. Design, planejamento e análise em uma estratégia de *Social Media*
 - 3.5.2. Técnicas de marketing nas redes sociais horizontais
 - 3.5.3. Técnicas de marketing nas redes sociais verticais
 - 3.6. Inbound Marketing
 - 3.6.1. *Funnel* de Inbound Marketing
 - 3.6.2. Geração de *Content Marketing*
 - 3.6.3. Captação e gestão de *Leads*
 - 3.7. *Account Based Marketing*
 - 3.7.1. Estratégia de Marketing B2B
 - 3.7.2. *Decision Maker* e mapa de contatos
 - 3.7.3. Plano de *Account Based Marketing*
 - 3.8. *Email Marketing* e *Landing Pages*
 - 3.8.1. Características do *Email Marketing*
 - 3.8.2. Criatividade e *Landing Pages*
 - 3.8.3. Campanhas e ações de *Email Marketing*
 - 3.9. Automação do Marketing
 - 3.9.1. *Marketing Automation*
 - 3.9.2. *Big Data* e AI aplicado ao marketing
 - 3.9.3. Principais soluções do *Marketing Automation*
 - 3.10. Métricas, KPIS e ROI
 - 3.10.1. Principais métricas e KPIS do Marketing Digital
 - 3.10.2. Soluções e ferramentas de medição
 - 3.10.3. Cálculo e monitoramento do ROI

Módulo 4. Criação de Empresas de Videogames

- 4.1. Empreendedorismo
 - 4.1.1. Estratégia empreendedora
 - 4.1.2. Projeto de empreendedorismo
 - 4.1.3. Metodologias ágeis de empreendimento
- 4.2. Inovações tecnológicas em videogames
 - 4.2.1. Inovações em consoles e periféricos
 - 4.2.2. Inovação em *Motion Capture* e *Live Dealer*
 - 4.2.3. Inovação em gráficos e software
- 4.3. Plano de negócios
 - 4.3.1. Segmentos e proposta de valor
 - 4.3.2. Processos, recursos e alianças chaves
 - 4.3.3. Relação com o cliente e canais de interação
- 4.4. Investimento
 - 4.4.1. Investimentos na indústria de videogames
 - 4.4.2. Aspectos críticos para a captura de investimentos
 - 4.4.3. Financiamento de *startups*
- 4.5. Finanças
 - 4.5.1. Receitas e eficiências
 - 4.5.2. Gastos operacionais e de capital
 - 4.5.3. A demonstração de resultados e o balanço
- 4.6. Produção de videogames
 - 4.6.1. Ferramentas de simulação da produção
 - 4.6.2. Gestão programada da produção
 - 4.6.3. Gestão do controle da produção
- 4.7. Gestão de operações
 - 4.7.1. Design, localização e manutenção
 - 4.7.2. Gestão da qualidade
 - 4.7.3. Gestão de inventários e da cadeia de abastecimentos

- 4.8. Novos modelos de distribuição online
 - 4.8.1. Modelos de logística online
 - 4.8.2. Entrega direta online e SaaS
 - 4.8.3. *Dropshipping*
- 4.9. Sustentabilidade
 - 4.9.1. Criação de valor sustentável
 - 4.9.2. ESG (Environmental, Social and Corporate Governance)
 - 4.9.3. Sustentabilidade na estratégia
- 4.10. Aspectos legais
 - 4.10.1. Propriedade intelectual
 - 4.10.2. Propriedade industrial
 - 4.10.3. RGDP

Módulo 5. Gerenciamento de projetos

- 5.1. Ciclo de vida de um projeto de videogames
 - 5.1.1. Fase conceptual e pré-produção
 - 5.1.2. Fase de produção e as fases finais
 - 5.1.3. Fase de pós-produção
- 5.2. Projetos de videogame
 - 5.2.1. Gêneros
 - 5.2.2. *Serious Games*
 - 5.2.3. Subgêneros e novos gêneros
- 5.3. Arquitetura de um projeto de videogames
 - 5.3.1. Arquitetura interna
 - 5.3.2. Relação entre elementos
 - 5.3.3. Visão holística do videogame
- 5.4. Videogames
 - 5.4.1. Aspectos lúdicos nos videogames
 - 5.4.2. Design de Videogames
 - 5.4.3. Gamificação

- 5.5. A técnica de videogame
 - 5.5.1. Elementos internos
 - 5.5.2. Motores de jogo
 - 5.5.3. Influência da técnica e do Marketing sobre o design
 - 5.6. Concepção, lançamento e execução de projetos
 - 5.6.1. Desenvolvimento prévio
 - 5.6.2. Fases de desenvolvimento de videogame
 - 5.6.3. Envolvimento do consumidor no desenvolvimento
 - 5.7. Gestão da organização de projetos de videogames
 - 5.7.1. A equipe de desenvolvimento e *Publisher*
 - 5.7.2. Equipe de operações
 - 5.7.3. Equipe de vendas e Marketing
 - 5.8. Manuais para desenvolvimento de videogames
 - 5.8.1. Manual de design e técnica de videogame
 - 5.8.2. Manual do desenvolvedor de videogames
 - 5.8.3. Manual de requerimentos e especificações técnicas
 - 5.9. Publicação e marketing de videogames
 - 5.9.1. Preparação *Kick Off* do videogame
 - 5.9.2. Canais de comunicação digitais
 - 5.9.3. *Delivery*, progresso e monitoramento do sucesso
 - 5.10. Metodologias ágeis aplicadas a projetos de videogames
 - 5.10.1. *Design and Visual Thinking*
 - 5.10.2. *Lean Startup*
 - 5.10.3. *Scrum development and sales*
- Módulo 6. Inovação**
- 6.1. Estratégia e inovação
 - 6.1.1. Inovação em videogames
 - 6.1.2. Gestão de inovação em videogames
 - 6.1.3. Modelos de inovação
 - 6.2. Talento inovador
 - 6.2.1. A implementação da cultura de inovação nas organizações
 - 6.2.2. Talento
 - 6.2.3. Mapa da cultura de inovação
 - 6.3. Direção e gestão de talentos na economia digital
 - 6.3.1. Ciclos de vida do talento
 - 6.3.2. Captação - condicionantes geracionais
 - 6.3.3. Retenção: *Engagement*, fidelização, evangelistas
 - 6.4. Modelos de negócio na inovação de videogames
 - 6.4.1. Inovação em modelos de negócios
 - 6.4.2. Ferramentas de inovação empresarial
 - 6.4.3. *Business Model Navigator*
 - 6.5. Direção de projetos de inovação
 - 6.5.1. Cliente e processo de inovação
 - 6.5.2. Design de proposta de valor
 - 6.5.3. Organizações exponenciais
 - 6.6. Metodologias ágeis em inovação
 - 6.6.1. Metodologia *Design Thinking* e *Lean Startup*
 - 6.6.2. Modelos ágeis de direção de projetos: Kanban e Scrum
 - 6.6.3. *Lean Canvas*
 - 6.7. Gestão de validação da inovação
 - 6.7.1. Prototipagem (PMV)
 - 6.7.2. Validação do cliente
 - 6.7.3. Pivotar ou preservar
 - 6.8. Inovação em processos
 - 6.8.1. Oportunidades de inovação em processos
 - 6.8.2. *Time-to-Market*, redução de tarefas sem valor e eliminação de defeitos
 - 6.8.3. Ferramentas metodológicas para inovação em processos
 - 6.9. Tecnologias disruptivas
 - 6.9.1. Tecnologias de hibridização físico-digital
 - 6.9.2. Tecnologias de comunicação e tratamento de dados
 - 6.9.3. Tecnologias de aplicação de gestão
 - 6.10. O retorno do investimento em inovação
 - 6.10.1. Estratégias de monetização de dados e ativos de inovação
 - 6.10.2. O papel da inovação. Enfoque geral
 - 6.10.3. Emboscadas

Módulo 7. Gestão financeira

- 7.1. Contabilidade
 - 7.1.1. Contabilidade
 - 7.1.2. Contas anuais e outros relatórios
 - 7.1.3. Imóveis materiais, investimentos imobiliários e imóveis intangíveis
- 7.2. Gestão financeira
 - 7.2.1. Instrumentos financeiros
 - 7.2.2. Finanças corporativas e gestão financeira
 - 7.2.3. Finanças para empreendedores
- 7.3. Análise das demonstrações financeiras
 - 7.3.1. Análise das demonstrações financeiras
 - 7.3.2. Análise da Liquidez e solvência
 - 7.3.3. Gestão de tesouraria
- 7.4. Operações financeiras
 - 7.4.1. Operações financeiras
 - 7.4.2. Gestão do Investimento
 - 7.4.3. Critérios para a escolha da investimentos certos
- 7.5. O sistema financeiro
 - 7.5.1. O sistema financeiro
 - 7.5.2. Estrutura e Funcionamento do sistema financeiro
 - 7.5.3. O mercado de Valores
- 7.6. Controle de gestão
 - 7.6.1. Controle de gestão
 - 7.6.2. Centros de Responsabilidade
 - 7.6.3. Sistemas de custos
- 7.7. Controle orçamentário
 - 7.7.1. O processo orçamentário
 - 7.7.2. Organização e gestão orçamentária
 - 7.7.3. Controle orçamentário
- 7.8. Gestão de tesouraria
 - 7.8.1. *Cash Management* e o orçamento da tesouraria
 - 7.8.2. Recuperação de transações comerciais
 - 7.8.3. Pagamento de transações comerciais



- 7.9. Financiamento de empresas
 - 7.9.1. Vantagens, inconvenientes e implicações da dívida
 - 7.9.2. Escolha da estrutura de capital na empresa
 - 7.9.3. Mudanças na estrutura de capital
- 7.10. Avaliação de empresas
 - 7.10.1. Métodos contábeis e valor do negócio
 - 7.10.2. Ativos e dívidas
 - 7.10.3. Diagnóstico de avaliação de empresas e apresentação aos investidores

Módulo 8. Gestão Comercial

- 8.1. Modelos de organização comercial
 - 8.1.1. Departamento Comercial
 - 8.1.2. Ferramentas do Departamento Comercial
 - 8.1.3. Força de Vendas
- 8.2. Objetivos comerciais
 - 8.2.1. Planejamento comercial
 - 8.2.2. Previsões e orçamentos
 - 8.2.3. Orçamentos comerciais
- 8.3. Previsão comercial
 - 8.3.1. Rentabilidade do departamento comercial
 - 8.3.2. Previsão de vendas
 - 8.3.3. Controle da Atividade Comercial
- 8.4. Novos modelos relacionais
 - 8.4.1. Comercialização em novos modelos de negócios
 - 8.4.2. A personalização como o principal Driver de relações com clientes
 - 8.4.3. Desenvolvimento da experiência do cliente
- 8.5. Venda consultiva
 - 8.5.1. Psicologia de Vendas
 - 8.5.2. Comunicação persuasiva
 - 8.5.3. Introdução e Evolução dos métodos de Vendas

- 8.6. Modalidades de venda
 - 8.6.1. A venda Retail ou B2C
 - 8.6.2. A venda externa B2B
 - 8.6.3. A venda online
- 8.7. *Digital Social Selling*
 - 8.7.1. *Social Selling*
 - 8.7.2. A atitude social: criar networking
 - 8.7.3. Processo de captação de novos clientes utilizando *Social Media*
- 8.8. Metodologias de *Digital Sales*
 - 8.8.1. Principais metodologias ágeis em *Digital Sales*
 - 8.8.2. *Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling etc.*
 - 8.8.3. *Inbound Sales B2B e Account Based Marketing*
- 8.9. Suporte de marketing na área comercial
 - 8.9.1. Gestão de Marketing
 - 8.9.2. O valor do Marketing digital (B2C/B2B)
 - 8.9.3. Gestão de Marketing Mix na área comercial
- 8.10. Organização e planejamento do trabalho do vendedor
 - 8.10.1. Áreas e rotas de vendas
 - 8.10.2. Gestão do tempo e gestão de reuniões
 - 8.10.3. Análise e tomada de decisões

Módulo 9. Gestão de eSports

- 9.1. A indústria dos eSports
 - 9.1.1. eSports
 - 9.1.2. Atores da indústria dos eSports
 - 9.1.3. O modelo de negócio e o mercado de eSports
- 9.2. A gestão dos clubes de eSports
 - 9.2.1. A importância dos clubes de eSports
 - 9.2.2. Criação de clubes
 - 9.2.3. Administração e Gestão dos Clubes de eSports
- 9.3. A relação e-Gamers
 - 9.3.1. O papel do jogador
 - 9.3.2. Habilidades e competências do jogador
 - 9.3.3. Jogadores como embaixadores de marca
- 9.4. Competições e eventos
 - 9.4.1. *O Delivery* em eSports: competições e eventos
 - 9.4.2. A gestão de eventos e os campeonatos
 - 9.4.3. Principais campeonatos locais, regionais, nacionais e mundiais
- 9.5. A gestão do patrocínio nos eSports
 - 9.5.1. A gestão do patrocínio nos eSports
 - 9.5.2. Tipos de patrocínio nos eSports
 - 9.5.3. O acordo de patrocínio eSports
- 9.6. A gestão da publicidade de eSports
 - 9.6.1. *Advergaming*: novos formatos publicitários
 - 9.6.2. *O Branded Content em eSports*
 - 9.6.3. Os eSports como estratégia comunicativa
- 9.7. Marketing na gestão de eSports
 - 9.7.1. A gestão de Owned Media
 - 9.7.2. A gestão de Paid Media
 - 9.7.3. Foco especial em Social Media
- 9.8. *Influencer Marketing*
 - 9.8.1. *Marketing Influencer*
 - 9.8.2. Gestão de audiência e seu impacto de eSports
 - 9.8.3. Modelos de negócio em *Influencer Marketing*
- 9.9. *Merchant*
 - 9.9.1. A venda de serviços e produtos associados
 - 9.9.2. *O Merchandising*
 - 9.9.3. E-Commerce e os *Marketplaces*
- 9.10. Métricas e KPIs dos eSports
 - 9.10.1. Métricas
 - 9.10.2. Os KPIs para o progresso e o sucesso
 - 9.10.3. Mapa Estratégico de Objetivos e Indicadores

Módulo 10. Liderança e gestão de talento

- 10.1. Empresa, organização e recursos humanos
 - 10.1.1. Organização e estrutura organizacional
 - 10.1.2. Gestão estratégica
 - 10.1.3. Análise e organização do trabalho
- 10.2. A gestão de Recursos Humanos na empresa
 - 10.2.1. A organização em Recursos Humanos
 - 10.2.2. Canais de recrutamento
 - 10.2.3. Candidaturas no setor dos videogames
- 10.3. Liderança pessoal e profissional
 - 10.3.1. Líderes e processos de liderança
 - 10.3.2. A autoridade da comunicação
 - 10.3.3. Negociando com o sucesso e o fracasso
- 10.4. Gestão do conhecimento e gestão de talentos
 - 10.4.1. Gestão estratégica do talento
 - 10.4.2. Tecnologias aplicadas à Gestão de Recursos Humanos
 - 10.4.3. Modelos de inovação em Recursos Humanos
- 10.5. A gestão do conhecimento como chave para o crescimento da empresa
 - 10.5.1. Objetivos gerais da gestão do conhecimento
 - 10.5.2. Estrutura dos sistemas de gestão do conhecimento e fluxos
 - 10.5.3. Processos em gestão do conhecimento
- 10.6. Coaching e *Mentoring*
 - 10.6.1. PNL
 - 10.6.2. Coaching e *Mentoring*
 - 10.6.3. Processos
- 10.7. Novas formas de liderança em ambientes VUCA
 - 10.7.1. Gestão individual de mudanças
 - 10.7.2. Gestão da mudança organizacional
 - 10.7.3. Ferramentas

- 10.8. Gestão de diversidade
 - 10.8.1. A incorporação de novas gerações na liderança
 - 10.8.2. Liderança feminina
 - 10.8.3. Gestão da Multiculturalidade
- 10.9. Líder coach
 - 10.9.1. As habilidades do líder coach
 - 10.9.2. Feedback e *Feedforward*
 - 10.9.3. Reconhecimento
- 10.10. Adaptação às novas tecnologias
 - 10.10.1. Atitudes
 - 10.10.2. Conhecimentos
 - 10.10.3. Segurança



Um programa de estudos completo, com tudo o que você precisa para se posicionar entre as melhores empresas do setor”

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Através de atividades de colaboração e casos reais, o aluno aprenderá a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo de 4 anos, você irá se deparar com diversos casos reais. Você terá que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

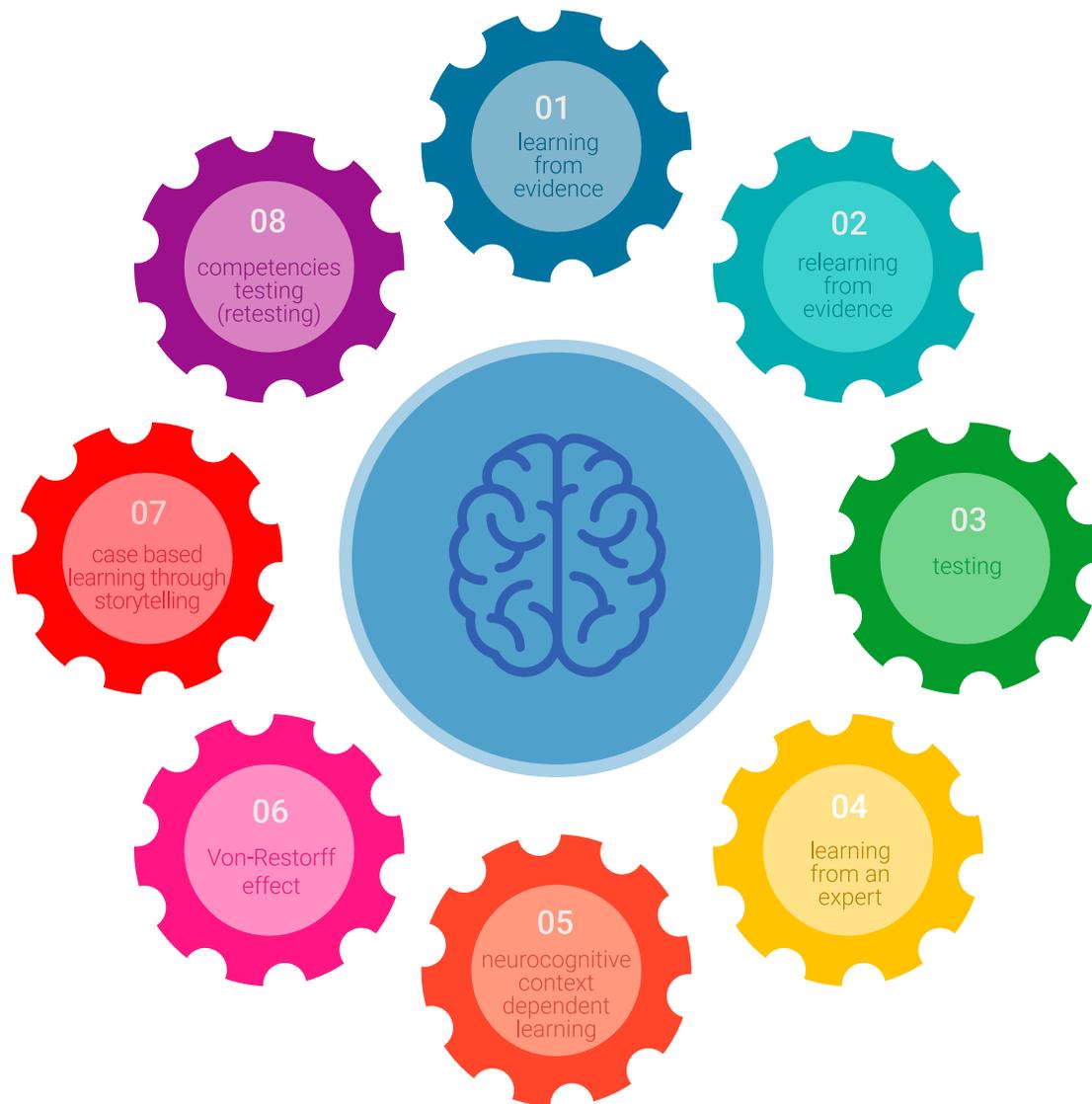
A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, entre todas as universidades online do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

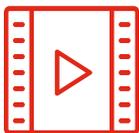
O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



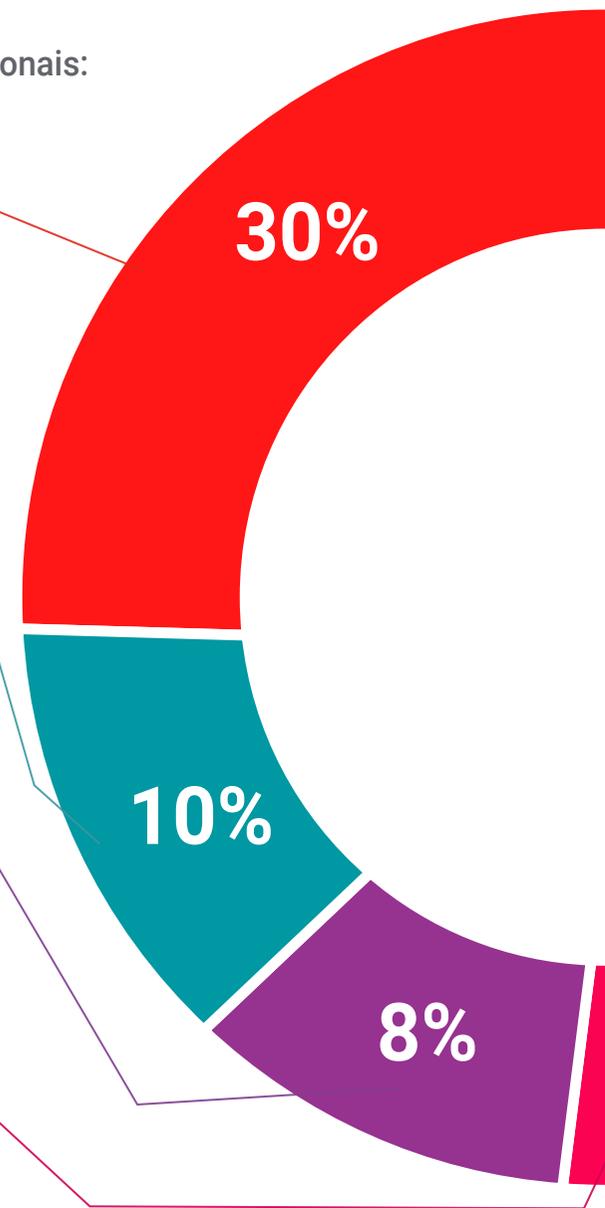
Práticas de habilidades e competências

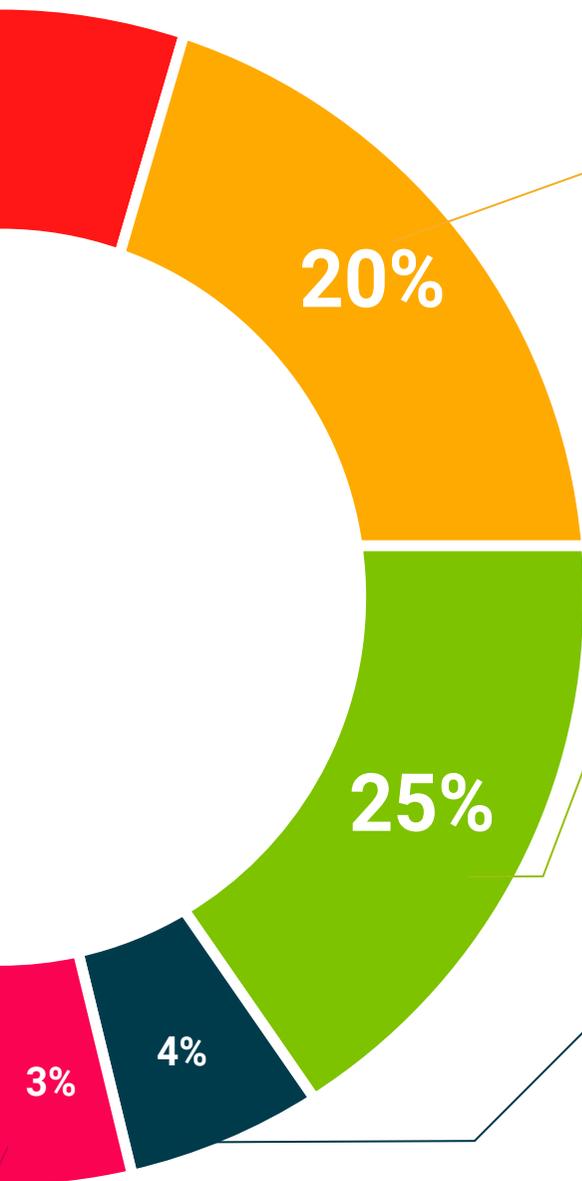
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



07

Certificado

O Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas de Videogames garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas de Videogames** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

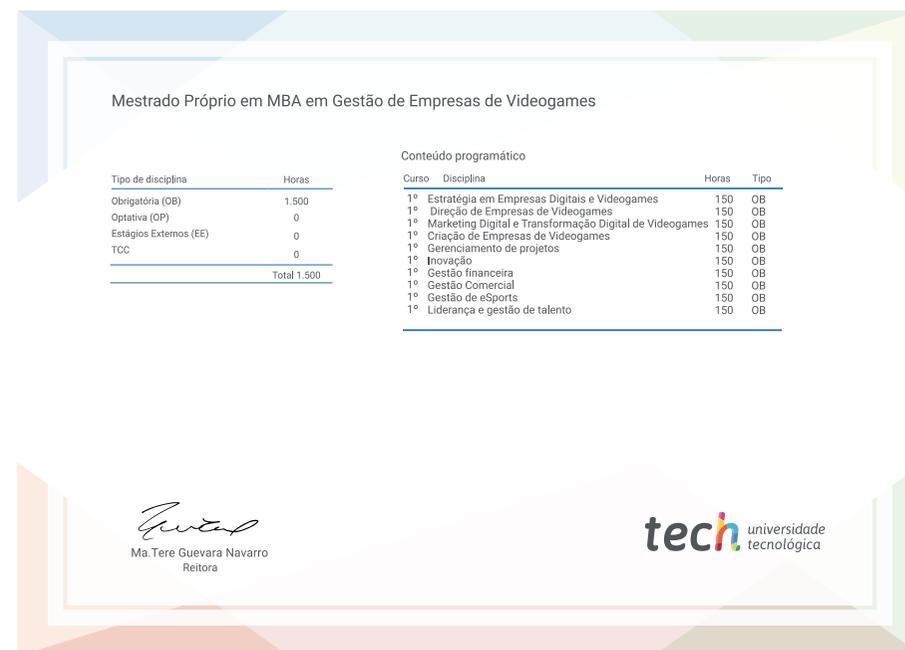
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas de Videogames, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas de Videogames**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



Mestrado Próprio
MBA em Gestão de Empresas
de Videogames

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Global University
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas de Videogames

