





## MATRIZ DE DESIGN INSTRUCIONAL

	<b>Gamificação Em Marketing Digital Para Produtos Digitais</b>		
	<b>MARCELO HENRIQUE DOS SANTOS</b>	<b>Carga horária:</b>	<b>08h</b>

**Minicurrículo do professor autor:** Mestre em Educação pela Universidade Interamericana (2019), com tese sobre a utilização dos jogos digitais no ensino superior. Especialista em Negócios em Mídias Digitais pela FMU - Faculdades Metropolitanas Unidas (2018), MBA em Marketing em Vendas pela FMU - Faculdades Metropolitanas Unidas (2016), Especialista em Games: Produção e Programação pelo Centro Universitário Senac (2011) e Bacharel em Sistemas de Informação pela UMC - Universidade de Mogi das Cruzes (2008). Atualmente é microempreendedor na área de jogos digitais, consultor de gamificação e professor universitário. Tem experiência na área de Computação, com ênfase em desenvolvimento de aplicativos, jogos digitais, desenvolvimento web e TV Digital e sistemas interativos (trabalhando por muitos anos na empresa TV SBT Canal 4 de São Paulo). Além disso possui experiência na área de Educação, com ênfase no desenvolvimento de games e hipermissão, atuando principalmente nas áreas de fundamentação e desenvolvimento de metodologias e protótipos. É autor de diversos livros técnicos na área de Computação e Jogos Digitais.

### **Ementa:**

Fundamentos da Gamificação no Marketing Digital. Criação de Campanhas Gamificadas para Produtos Digitais. Ferramentas para Implementar Gamificação. Análise de Resultados e Otimização de Campanhas



## **Objetivo Geral da Disciplina:**

Capacitar os alunos a compreender e aplicar os princípios da gamificação no marketing digital para produtos digitais, desenvolvendo campanhas gamificadas eficazes, utilizando ferramentas apropriadas e analisando os resultados para otimização contínua.

## **Objetivos Específicos:**

### **Compreender os Fundamentos da Gamificação no Marketing Digital**

- Introduzir os alunos aos conceitos básicos de gamificação e sua aplicação no marketing digital.
- Estudar a psicologia por trás da gamificação e identificar os elementos gamificados mais eficazes.
- Explorar estratégias de gamificação específicas para produtos digitais.
- Planejar campanhas gamificadas e utilizar plataformas e ferramentas apropriadas.
- Analisar a aplicação da gamificação em diferentes contextos como cursos online, consultorias, eventos e webinars, considerando também aspectos éticos.

### **Desenvolver Competências para Criação de Campanhas Gamificadas**

- Promover o brainstorming e a ideação para gerar ideias criativas para campanhas gamificadas.
- Desenhar experiências de usuário engajadoras e criar conteúdo que motive a participação.
- Desenvolver regras e mecânicas de gamificação e design de interfaces que suportem essas mecânicas.
- Testar e validar campanhas antes da implementação técnica e do lançamento.
- Analisar estudos de caso e participar de workshops práticos para reforçar o aprendizado.



### **Utilizar Ferramentas para Implementar Gamificação**

- Introduzir os alunos às diversas ferramentas de gamificação disponíveis no mercado.
- Aplicar ferramentas específicas para cursos online, consultorias, eventos e webinars.
- Utilizar ferramentas de análise e relatórios para monitorar o desempenho das campanhas.
- Aprender a usar ferramentas de design e prototipagem, gestão de projetos gamificados e plataformas SaaS.
- Desenvolver habilidades para integrar diversas ferramentas e plataformas de gamificação.

### **Analisar Resultados e Otimizar Campanhas Gamificadas**

- Definir e acompanhar métricas de sucesso das campanhas gamificadas.
- Coletar e analisar dados para avaliar o desempenho das campanhas.
- Utilizar feedback e realizar ajustes para otimizar as campanhas em andamento.
- Aplicar técnicas de otimização e preparar relatórios e apresentações de resultados.
- Calcular o retorno sobre o investimento (ROI) das iniciativas gamificadas.
- Identificar tendências e inovações na área e estudar casos de sucesso em otimização.

### **Estrutura das Unidades:**

#### **Unidade 1: Fundamentos da Gamificação no Marketing Digital**

- Introdução à Gamificação
- Psicologia da Gamificação
- Elementos de Gamificação
- Estratégias de Gamificação para Produtos Digitais
- Planejamento de uma Campanha Gamificada
- Plataformas e Ferramentas de Gamificação
- Gamificação em Cursos Online
- Gamificação em Consultorias
- Gamificação em Eventos e Webinars



- Ética e Gamificação

## **Unidade 2: Criação de Campanhas Gamificadas para Produtos Digitais**

- Brainstorming e Ideação
- Design de Experiência do Usuário
- Criação de Conteúdo Engajador
- Desenvolvimento de Regras e Mecânicas
- Design de Interfaces Gamificadas
- Teste e Validação
- Implementação Técnica
- Lançamento da Campanha
- Estudos de Caso
- Workshop Prático

## **Unidade 3: Ferramentas para Implementar Gamificação**

- Introdução às Ferramentas de Gamificação
- Ferramentas de Gamificação para Cursos Online
- Ferramentas de Gamificação para Consultorias
- Ferramentas de Gamificação para Eventos e Webinars
- Ferramentas de Análise e Relatórios
- Ferramentas de Design e Prototipagem
- Ferramentas de Gestão de Projetos Gamificados
- Plataformas de Gamificação SaaS
- Ferramentas de Desenvolvimento Personalizado
- Integração de Ferramentas e Plataformas

## **Unidade 4: Análise de Resultados e Otimização de Campanhas**

- Métricas de Sucesso



- Coleta de Dados
- Análise de Dados
- Feedback e Ajustes
- Técnicas de Otimização
- Relatórios e Apresentações
- ROI da Gamificação
- Tendências e Inovações
- Estudos de Caso de Otimização
- Projeto Final

#### **Bibliografia:**

ACEVEDO, Sara Osuna. **Aprender En La Web 2.0: Aprendizaje Colaborativo En Comunidades Virtuales**. La educación - Revista Digital. Mayo/2011. nº 145.

ALVES, L. R. G. **Jogos, educação e história: novas possibilidades para Geração C**. Plurais: Revista Multidisciplinar da UNEB, v. 2, p. 101-111, 2010.

ALVES, L. R. G.; HETKOWSKI, T. M.; JAPIASSU, Ricardo. **Trabajo colaborativo en la red**. Madri: uned, 2006, v.01. p.72.

BISTA, SK et al. **Using gamification in an online community**. 2012, CSIRO ICT Centre, ANU Campus, North Rd, Canberra, Australia: [s.n.], 2012. p. 611–618.

BOWMAN, R. F. **A Pac-Man theory of motivation**. Tactical implications for classroom instruction. EducationalTechnology, v.22, n.9, p.14-17, 1982.

BUSARELLO, Raul Inácio. **Geração de conhecimento para usuário surdo baseada em histórias em quadrinhos hipermidiáticas**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, 2011.

BUSARELLO, Raul Inácio; ULBRICHT, Vania Ribas; BIEGING, Patricia; VILLAROUCO, Vilma. **Deaf Students and Comic Hypermedia: Proposal of Accessible Learning Object**. In: Universal Access in Human Computer Interaction.1 ed. London NewYork: Springer Heidelberg Dordrecht London NewYork, 2013, v.8, p. 133-142.



COLLANTES, X.R. **Juegos e videojuegos. Formas de vivências narrativas.** In: SCOLARI, Carlos A. (Ed.) Homo videoludens 2.0. De Pacman a gamification. Universidad Mayor: Chile, 2013. p.20-50.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Flow: the psychology of optimal experience.** USA: Harper Perennial Modern Classics edition, 1990.

ERANLI, K. **The impact of gamification: A recommendation of scenarios for education.** 2012 15th International Conference on Interactive Collaborative Learning, ICL 2012, 2012.

FILATRO, A. **Design Instrucional Contextualizado.** São Paulo: Senac, 2004.

FARDO, Marcelo Luis. **A gamificação como método: Estudo de elementos dos games aplicados em Processos de ensino e aprendizagem.** 2013. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul.

HARRIS, Scott. **Video Games as Medical Education Tools.** AAMC Reporter: June 2011. Disponível em:  
<http://med.fsu.edu/uploads/files/newsPubs/print/VideoGamesasMedicalEducationTools.pdf>.

HUIZINGA, Joan. **Homo Ludens.** 2 Ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

MEDER, M. et al. **Gamification: A semantic approach for user driven know ledge conservation.** LWA 2011 - Technical Report of the Symposium “Lernen, Wissen, Adaptivitat - Learning, Knowledge, and Adaptivity 2011” of the GISpecial Interest Groups KDML, IR and WM, 2011. p.265-268.

MOREIRA, Manuel Area. **Los Materiales Educativos: Origen Y Futuro.** IV Congreso Nacional de Imagen y Pedagogía, Veracruz, México, octubre 2007. Universidad de La Laguna (España).

PIAGET, Jean. **A formação do símbolo na criança: Imitação, jogo e sonho, imagem e representação.** 3ª Ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1978.

PIAGET, Jean. **Psicologia y Pedagogia.** Critica, 2001. ISBN: 9788484322030.

PIAGET, Jean. **Seis estudios de Psicología.** Barcelona: Labor, 1991.

PRENSKY, Marc. **Aprendizaje para el nuevo milenio.** Universidad Camilo José Cela. Impresión: Albatros, S.L. Depósito legal: M-24433-2010.

SILVA, Marco. **Formação De Professores Para A Docência Online.** Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia. Braga: Universidade do Minho, 2009. ISBN-978-972-8746-71-1.