* Detalhamento plano de projeto
* Conceito do jogo. Recursos e restrições que afetam esse conceito. Documentação básica técnica e Documentação básica de design.
* Quanto custará, quanto tempo e quantas pessoas e suas respectivas habilidades.
* Divisão dos componentes d pré produção: conceito do jogo, requisitos do jogo, planejamento do jogo e avaliação de risco  
  + Conceito do jogo:   
    RESUMO  
    conceito deve ser uma pergunta, provocadora. Que deverá ser respondida pela equipe de desenvolvimento. O conceito também deve definir a plataforma de hardware e o gênero do jogo, já que são definições fundamentais para a materialização. Pensar em criar uma missão e publicar da melhor forma. Essa missão tende a criar engajamento na equipe que está trabalhando. A missão deve ser construída pela equipe, par gerar a sensação de posse com o projeto. Não declarar “como” as coisas devem ser feitas.   
    Após determinar esse conceito inicial, considerar primeiros elementos de jogabilidade, os básicos. Pensar mecânicas, elementos de controle, gênero, história, personagens e outros hooks que irão diferenciar o jogo dos concorrentes. Começar os protótipos de papel. Muitos. Tentar projetar a jogabilidade final. Quando esses elementos estiverem mais fechados, crie documentos de análise de risco para avaliar o risco dessa implementações. Momento de incerteza. Difícil planejar riscos com precisão. Contudo, se algumas constates já estão definidas, como prazo, tamanho da equipe, tecnologia usada ou recurso disponível, esse enquadramento já pode ser pensado como base [ara uma análise de risco inicial.  
    Após a criação desses documentos, apresentar para o gerente do estúdio, publicador ou cliente, em busca da aprovação do caminho escolhido e da aprovação para continuação da pré produção.  
    Após essa aprovação, o produtor organiza uma data de lançamento oficial do projeto para apresentar para a equipe.

EM DETALHES

Como começar a desenvolver um jogo sem saber qual o objetivo do projeto, a aparência final, jogabilidade e etc.  
A construção do design é um processo colaborativo. A função do game designer / produtor é assegurar o fluxo desse processo criativo, garantindo que todos os elementos do jogo deem suporte ao conceito incial.  
Definir com clareza as responsabilidades gerenciais de criação e produção entre os membros da equipe. Definir os papéis.

A equipe de pré produção é composta pelos líderes, que deverão criar o corpo do design do jogo. O trabalho no conceito inicial não deve durar mais que algumas semanas. Não demorar muito na pré produção, sob o risco de perder o entusiasmo criativo de iniciar um novo projeto.

- Conceito Inicial

Pode ser gerado por qualquer um e deve apresentar um objetivo interessante a ser contemplado pelo jogo. Geralmente vem em forma de pergunta e apresenta alguns ganchos que resume as principais decisões do jogo.

Possível conceito inicial GB: Como trabalhar com funções executivas numa mídia mobile e híbrida (meio livro/meio jogo) projetada para ambientar uma aventura com figuras folclóricas na floresta Amazônica?

- Gênero

Ao categorizar o gênero, abre-se o leque de mecânicas possíveis. O gênero é um dos núcleos do design do jogo. Em caso de mescla, considerar os principais elementos de cada gênero escolhido.

Possível gênero do gamebook: híbrido entre livro e jogo. Narrativa interativa com minigames. Estrutura semelhante a um party game. Mini games curtos. Ação do player: top down/isometric, tipo adventure time ps3 ou dont starve

- Plataforma

Considerar para qual plataforma o jogo será desenvolvido. Especificar e definir limites e recursos técnicos. Em caso de multiplataforma, especificar o porquê das escolhas.  
  
Sobre a escolha da plataforma para o GB: a motivação técnica assume destaque. Há a intenção de publicar mais jogos para dispositivos mobile e a recente utilização da Unity facilita esse percurso. Ainda no aspecto da mobilidade, a possibilidade do uso clínico do produto é também uma motivação.

- Análise de similares:

- Análise SWOT –Strenghs, Weaknesses, Opportunities e Threats = identificação dos pontos fortes e fracos do conceito do jogo, as oportunidades de mercado e qualquer ameaça que possa afetar o sucesso do produto.

Qual o(s) possível (eis) concorrente (s) (pode ser um semelhante ou com recursos de gameplay parecidos. Um que seja interessante para seu público ou uma continução – franquia). Escolher pelo menos um para cada ponto desse. Para cada ponto positivo e negativo, analisar como explorar eneutralizar. Essa infos contribuem para um design sólido e um bom plano de marketing.

Dividir entre variáveis e constantes. As variáveis temos controle e podemos agir nelas. São os pontos fortes e fracos. As constantes não podem ser controladas e influenciam o projeto. São as ameaças e oportunidades.

O que podem ser pontos fortes:

- Recursos básicos

- Recursos inovadores

- Recursos do jogador

- USP

- Valores de produção

- Preços satisfatórios (ou ser free – que pode ser desvantagem tb)

- Apelo popular

- Apelo internacional

- Recursos de marketing

- Temática regional

- Experiência da equipe

O que podem ser pontos fracos:

- Falta de experiência (sincronia da equipe)

- Falta de recursos competitivos

- Nenhuma/baixa inovação

- Escolha da plataforma

- Empresa pouco conhecida

- Questões financeiras

- Cronogramas e prazos

- Disponibilidade de recursos

- Falta de entusiasmo da equipe

- Insegurança da equipe

- Liderança fraca

Oportunidade

- Tendência da indústria ou estilo de vida (TDAH)

- Inovações técnicas

- Tendências de mercado

- Pontos fracos da concorrência

- Globalização

- Mercado alvo

- Parcerias

- Datas de lançamento

Ameaças

- Influências políticas

- Influências acadêmicas

- Pontos fortes da concorrências

- Demanda cautelosa no mercado

- Perda equipe principal

- Perda de patrocínio

- Inovações técnicas

A partir desse diagnóstico, levantar como explorar os pontos fortes e as oportunidades e como neutralizar os pontos fracos e as ameaças.

Depois fazer uma semelhante com 3 a 5 concorrentes/similares, uma tabela apresentando o SOWT deles e os seguintes dados: Jogo, Desenvolvedor, Publicado, Plataformas, Data de lançamento estimada, resumo do jogo, recursos, crítica e estatística de venda (recebimento do público)

Definição de conceito do jogo:

Após o conceito inicial ter sido definido, a equipe continua produzi-lo. Definir mais da mecânica, mais do ambiente, dos personagens, do enredo e dos principais recursos do jogo. Limitações técnicas devem ser consideradas vagamente. Elas não devem bloquear as ideias. Foque na produção da prototipagem de um jogo divertido.

Nesse primeiro documento, ter os seguintes pontos:

- Declaração de missão: objetivos principais do projeto, respondendo a duas perguntas: o que vai ser feito? Para quem vai ser feito? Boas declarações de missão agem como ponto de referência para todas as ideias do jogo. Ideias que acrescentam a missão, somam. As que não, diminuem. A missão deve ser afixada em um local público do projeto.

Missões podem ser definidas em reuniões com toda a equipe.

- Cenário do jogo: faz influência direta na aparência do jogo, como o ambiente, os objetos, a localização, os designs dos personagens e qualquer outro elemento que faça parte do jogo. O designer líder deverá ter ideias de cenários que fechem com o conceito e deve se juntar ao artista líder para determinar a aparência do cenário. Um descrição deverá ser produzida e encaminhada para subsidiar os assets.

- Mecânica do jogo: as várias ações que o jogo executa e/ou vivencia no jogo. Composta massivamente dos documentos de design, na medida em que os diferentes sistemas de jogabilidade são definidos. Exemplos de elementos que podem conter: desafios do jogador, recompensas, curva de aprendizado, controles e etc. Esse primeiro momento não deve ser muito minucioso em termos de detalhes.

- Sinopse da história: Os detalhes da história não precisam ser definidos por completo nesse momento. A sinopse desse momento deve conter um enredo que integre o cenário, a mecânica e os personagens do jogo em uma experiência de entretenimento coesa para o jogador.

- Arte conceitual: produzir diversos elementos conceituais do jogo antes de qualquer asset ser produzido. Ferramenta útil para transmitir a visão do jogo. O artista líder coordena a criação dos concepts.

- Elementos de áudio: o designer líder junta-se ao designer de som para elaborar um plano inicial para a parte de trilhas e efeitos sonoros.

Prototipagem

Componente chave do desenvolvimento, principalmente durante a pré-produção. Dá a oportunidade de validar novos recurso de jogabilidade. Não precisa ser jogável na forma digital. Divididos em alta e baixa prioridade.  
A prototipagem pode ocorrer em qualquer fase do desenvolvimento e a equipe deve tentar prototipar o máximo possível. A grande vantagem da prototipagem é simular a experiência do jogador. As prototipagens de papel devem anteceder a descrição documental das especificações. É importante que a equipe de tecnologia faça parte do processo de criação, as a tecnologia não deve ser um fio condutor do design da experiência!

Avaliação de risco

É um processo contínuo, no qual o produtor deve estar sempre consciente de quais são os maiores riscos para o jogo, até mesmo depois que o desenvolvimento efetivo começar.

Riscos são coisas que podem dar errado no projeto, como um membro chave sair, não conclusão de pipeline gráfico. Ao identificar todos os possíveis riscos, priorize-os e elabora estratégias de mitigação.

O processo geral é dividido em duas etapas? Avaliação de risco e controle dos riscos. Etapas:

- Identificar riscos que possam afetar o projeto;

- Analisar a probabilidade de cada problema ocorrer e o impacto previsto

- Estabelecer lógica de prioridade, focando nos de maior impacto e maior probabilidade

- Criar um plano de gerenciamento que neutralize ou remova os riscos mais cruciais

- Implementar esses planos propostos

- Monitorar esse progresso em busca da eliminação

Embora o produtor seja o líder desse processo, gerenciar riscos é uma responsabilidade de todos na equipe.

Na tabela devem ter os riscos, a probabilidade (alta, média e baixa), impacto (alto, baixo, médio), classificação do risco (dentre todos), estratégias de mitigação.

Venda da ideia

De posso dos documentos conceituais, os protótipos e a análise de risco, uma reunião de exposição com o publicador e o gerente do estúdio é marcada. Após os feedbacks da reunião, sendo tudo aprovado, o projeto está pronto pra ser lançado.