**PERGUNTA 1**

1. O ambiente de publicação de um *game*é um fator determinante para a estruturação do modelo de negócio, principalmente no mercado de *game*digital. O ambiente onde será publicado o *game*  
   definirá as possíveis modalidades de rentabilização.  
      
   Sobre algumas modalidades de rentabilização por meio dos *games* , analise as afirmativas a seguir.  
      
   I. No *Paid game* ou venda direta, os jogadores realizam vários pagamentos para ter acesso ao jogo por tempo indeterminado. f  
   II. No mercado B2B ( *Business to business* ), as empresas optam por pagar pelo desenvolvimento do *game* , mas não têm todo o direito da concepção por tempo indeterminado. F   
   III. No *In game advertising* , o *game* é utilizado como meio de propaganda no mundo digital ou desenvolvido especificamente para uma marca. v  
   IV. No *Around-game advertising* , os jogos contemplam anúncios em formatos de *banner*ou *free with ads* .v   
   V. No *Try before you buy e Freemium* , a venda de um jogo é realizada para desmotivar o interesse pela compra nos jogadores. f  
   Está correto o que se afirma em:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | I e II. |
|  |  | I, III e V. |
|  |  | II, III e IV. |
|  |  | I, II e III. |
|  |  | III e IV. |

**PERGUNTA 2**

1. Para Vannucchi e Prado (2009), jogabilidade é um termo que, de forma geral, significa a virtude que um jogo possui para ser fácil e intuitivo de se jogar ou como a maneira em que o jogador interage com a mecânica de jogo. A jogabilidade de um *game* digital depende de alguns fatores.  
     
   VANNUCCHi, H.; PRADO, G. Discutindo o conceito de *gameplay.* **Perspectiva** , Santa Catarina, v. 5, n. 2, 2009. Disponível em: h [ttps://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/download/1807-9288.2009v5n2p130/13190](https://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/download/1807-9288.2009v5n2p130/13190) . Acesso em: 5 out. 2020.  
     
   Sobre esses fatores, analise as afirmativas a seguir.  
      
   I. A jogabilidade de um game digital depende da falta de liberdade oferecida ao jogador. f  
   II. A jogabilidade de um *game*digital depende da rigidez de movimentos do jogo. v  
   III. A jogabilidade de um *game* digital depende dos objetos de cena. v  
   IV. A jogabilidade de um *game* digital depende da narrativa do jogo. v  
   V. A jogabilidade de um *game* digital depende do preço do jogo.  
     
   Está correto o que se afirma em:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | I, II e IV. |
|  |  | II, III e IV. |
|  |  | I, II e III. |
|  |  | II e III. |
|  |  | I e II. |

**PERGUNTA 3**

1. Com a popularização da Gamificação, muitas empresas passaram a procurar profissionais do setor para desenvolver soluções de *games*que apoiem seu processo de venda, *marketing*  
   e aprendizagem e, nesse caso, o desenvolvedor trabalhará com algumas variáveis. Sobre a principal variável a ser considerada pelo desenvolvedor, assinale a alternativa correta.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | O que os professores dos jogadores desejam é a principal variável. |
|  |  | A principal variável a ser considerada é o que os jogadores desejam. |
|  |  | O que o competidor deseja é a variável mais importante. |
|  |  | Deve-se considerar o que os pais dos jogadores desejam. |
|  |  | O que a sociedade espera do jogo a ser desenvolvido é uma variável fundamental. |

**PERGUNTA 4**

1. Um documento utilizado no processo de desenvolvimento de *games* é o documento de *design* , conhecido no mercado como *GDD (Game Design Document)* . Segundo Ferraz (2019), tal documento deve contemplar, de forma ampla, todas as fases de produção de um jogo e todo a equipe de desenvolvimento deve ter acesso a ele, de modo a compreender o andamento do projeto.  
      
   FERRAZ, L. O. **Introdução ao Desenvolvimento de games** . 2019. Disponível em: Biblioteca Laureate Digital.  
      
   Em relação ao GDD, analise as afirmativas a seguir.  
   I. O GDD pode ser solicitado em processos de captação de recursos e  desenvolvimento de plano de negócio. v  
   II. O GDD pode ser um documento para consultas, auxiliando no cumprimento do cronograma. v  
   III. O GDD é um documento de formalização do *game. v*  
   Está correto o que se afirma em:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | II e III. |
|  |  | I e III. |
|  |  | I, II e III. |
|  |  | I e II. |
|  |  | III, apenas. |

**PERGUNTA 5**

1. Os programas disponíveis para desenvolvimento de jogos, conhecidos como *game engines* , possibilitam a construção de *games*para diferentes plataformas. Um exemplo de jogo desenvolvido por uma *game engine*é o *Angry Bird,*produzido diretamente com a *Unity* , uma plataforma que permite compactar jogos para dispositivos móveis, criando soluções para realidade virtual e aumentada. Sobre a *game engine* , assinale a alternativa correta.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | As *games engines*podem ser pagas, masnão envolvem participação nas vendas. |
|  |  | As *games engines* diminuem o tempo médio de produção de um jogo. |
|  |  | Em uma *game engine*, não se pode utilizar partes dos elementos de um do jogo, tais como: aspectos gráficos, áudios e *scripts* da programação. |
|  |  | As *games engines* não facilitam a produção para os profissionais com pouco conhecimento técnico. |
|  |  | As *games engines* não permitem mensurar o desenvolvimento com um custo fixo. |

**PERGUNTA 6**

1. Segundo Mastrocola (2015), na história dos *games* , é possível identificar que diversas empresas falharam por não acompanharem as necessidades do mercado, dos clientes e da evolução tecnológica. Dessa forma, há de se construir um planejamento adequado de lançamento e de mercado para que o jogo seja bem aceito.  
      
   Sobre a manutenção de um *game*no mercado, analise as asserções, a seguir, e a relação proposta entre elas.  
   I. Um *game*com excelente visual e ótimo trabalho de programação poderá ser descartado por não possuir estratégia mínima de produção, patrocínio, lançamento e manutenção.  
   Porque:  
   II. O segredo da manutenção de um jogo no mercado está em como fixar o interesse e a fidelização dos jogadores por muito tempo.  
   A seguir, assinale a alternativa correta.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II justifica a I. |
|  |  | A asserção I é uma proposição falsa, e a II é verdadeira. |
|  |  | As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não justifica a I. |
|  |  | A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é falsa. |
|  |  | As asserções I e II são proposições falsas. |

**PERGUNTA 7**

1. O foco do jogo consiste nos jogadores e o distanciamento com o público-alvo poderá levar à construção de um *game*  
   desalinhado com a proposta comercial, trazendo vários prejuízos. Por essa razão, o planejamento de produção do jogo e a clareza quanto à execução adequada das fases representam ações de fundamental importância.  
      
   Em relação a esses prejuízos, analise as afirmativas a seguir.  
      
   I. Um dos prejuízos pode ser o retrabalho. v  
   II. Um dos prejuízos pode ter relação com a criatividade.  
   III. Um dos prejuízos pode ser o descarte da produção. v  
   IV. Um dos prejuízos pode ser o mecânico.  
   V.  Um dos prejuízos pode ser justamente o financeiro. v  
   Está correto o que se afirma em:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | I, II e III. |
|  |  | II, III e IV. |
|  |  | I, III e V. |
|  |  | II e III. |
|  |  | I e II. |

**PERGUNTA 8**

1. O modelo de negócio no mercado de *games*está diretamente associado ao resultado desejado e ao ambiente de publicação, que é um fator determinante para a estruturação do modelo de negócio, principalmente no mercado de *game* digital. Independentemente da proposta, é necessário ter foco no objetivo e seguir um caminho planejado, pesquisado e estruturado.  
      
   Quanto ao planejamento de um *game,*analise as asserções, a seguir, e a relação proposta entre elas.  
      
   I. A escolha de uma ferramenta de desenvolvimento deve estar alinhada ao escopo do projeto do *game* , que acompanhe as tendências de mercado, além de estar alinhada com exigências mínimas de mercado.  
   Porque:  
   II. Um g *ame* desenvolvido sem planejamento e fora do escopo pode levar a um cenário de produção com geração de *“bugs”* de programação.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | A asserção I é uma proposição falsa, e a II é verdadeira. |
|  |  | As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não justifica a I. |
|  |  | A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é falsa. |
|  |  | As asserções I e II são proposições falsas. |
|  |  | As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II justifica a I. |

**PERGUNTA 9**

1. Para Arruda (2014), o desenvolvimento de um jogo digital envolve estudo do comportamento do público-alvo, a fim de que o jogo esteja alinhado com as tendências desse mercado e com o local de distribuição. Mesmo que se tenha uma proposta de negócio muito bem estruturada com custos, valores e retorno do investimento, é necessário verificar se o foco central do jogo está sendo observado de forma adequada.  
     
   ARRUDA, E. **Fundamentos para o desenvolvimento de jogos digitais** : série Tekne. São Paulo: Editora Bookman, 2014.  
      
   Considerando o exposto e os conhecimentos adquiridos ao longo da disciplina, o conceito central de um jogo deve ser sempre:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | os jogadores. |
|  |  | a escola. |
|  |  | as animações. |
|  |  | o mercado. |
|  |  | a internet. |

**PERGUNTA 10**

1. Para Ferraz (2019), o processo de produção de jogos se efetiva de acordo com o planejamento do processo, desde a concepção da ideia até aspectos práticos do desenvolvimento e comercialização do *game* . O macroprocesso de produção de um *game*vai muito além do processo criativo; envolve trabalho, dedicação, planejamento e controle das adversidades do processo. Envolve, portanto, muitas fases.  
      
   FERRAZ, L. O. **Introdução ao Desenvolvimento de games** . 2019. Disponível em: Biblioteca Laureate Digital.  
      
   Sobre as fases de produção de um *game* , analise as afirmativas a seguir.  
      
   I. A fase inicial é o momento de revisão e testes do escopo do *game. f*  
   II. A fase de pré-produção é a fase de aplicar as ideias do  
   *game* ou de estruturá-las.f  
   III. Na fase de produção, organizam-se todas as etapas necessárias para o desenvolvimento do *game* .v  
   IV. A fase de controle de qualidade é realizada posteriormente à fase de produção do *game* v.  
   V. A fase de controle de qualidade é realizada para garantir o máximo de efetividade no lançamento e publicação do *game* .v  
   Está correto o que se afirma em:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | III, IV e V. |
|  |  | III e IV. |
|  |  | I, II, III e V. |
|  |  | I e II. |
|  |  | II, III e V. |