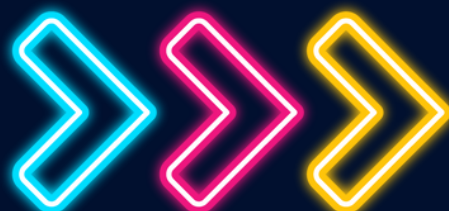




Cofinanziato
dall'Unione europea



VIDEO GAMES FOR GOOD

**Creazione di un business
plan per giochi con
impatto sociale**

<https://www.videogames4good.eu>

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea nell'ambito del programma Erasmus+. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute. Numero del progetto: 2023-2-CZ1-KA220-YOU-000183158



YuzuPulse



LogoPsyCom.



materahub

**VISAS
IESPĒJAS**



Eppas

Durata:	8 settimane (2 ora per settimana)
Età:	18-26.
Numero partecipanti:	1-3 partecipanti per squadra
Scopo:	Promuovere le capacità imprenditoriali e analitiche attraverso la creazione di business plans e presentazioni competitive per giochi socialmente utili.
Obiettivi:	• Sviluppare piani aziendali dettagliati per giochi socialmente impegnati • Migliorare le competenze nella ricerca di mercato e nell'analisi degli utenti. • Perfezionare le capacità di presentazione e di comunicazione professionale.
Materiale richiesto:	• Templates di business plan • Strumenti di ricerca per l'analisi di mercato. • Strumenti di videoconferenza (nel caso in cui sia necessario un pitching virtuale).

In questa attività, gli studenti creano e perfezionano dei business plan per giochi con un focus sull'impatto sociale. Identificano una questione del mondo reale, conducono ricerche di mercato e sviluppano un piano che copre il concetto di gioco, la monetizzazione e le strategie di coinvolgimento. Attraverso il feedback dell'educatore e dei colleghi, i team perfezionano le loro idee prima di presentarle in una sessione di presentazione. Questa attività sviluppa l'innovazione, il pensiero strategico e le capacità di comunicazione.



Struttura del workshop



Settimana 1

Nella prima settimana, i partecipanti familiarizzano con le questioni sociali e con il potenziale dei videogiochi come strumenti per aumentare la consapevolezza, educare i giocatori e persino guidare l'azione. Come educatore, puoi presentare loro esempi di giochi con impatto sociale, come ad esempio:

- Depression Quest → Questo gioco è una rappresentazione interattiva di come si vive con la depressione. Mostra le sfide quotidiane che le persone depresse devono affrontare.
- Shelter → Questo gioco si concentra sull'ambientalismo e richiede al giocatore di aiutare una famiglia di tassi a sopravvivere.
- Papers, Please → In questo gioco, i giocatori assumono il ruolo di un ispettore di frontiera. Devono decidere chi far entrare nel paese, soppesando la sopravvivenza personale e la loro morale.

Gli studenti rifletteranno su questi giochi: cosa li rende coinvolgenti? Informativi? Di forte impatto? Questo porterà poi a riflettere su quali questioni o sfide sociali vogliono affrontare nei propri giochi. I partecipanti sono divisi in gruppi, ognuno dei quali seleziona una questione sociale che gli sta a cuore. Dopo che la questione è stata scelta, possono iniziare la ricerca e il brainstorming.

Settimana 2 & 3:

In base al tema scelto, i gruppi conducono ricerche di mercato per comprendere il pubblico di riferimento, i potenziali concorrenti e le lacune esistenti nel mercato. Le domande chiave a cui devono essere in grado di rispondere sono:

- Chi giocherebbe a questo gioco? → Fascia d'età, interessi, motivazioni.
- Quali giochi esistenti trattano argomenti simili? → Cosa può essere migliorato o modificato? E come vengono gestiti questi giochi? Qual è la loro situazione finanziaria? Sono attivi sui social media?
- Come dovrebbe funzionare il gioco? → Come può il gioco essere divertente ed educativo e affrontare efficacemente una questione sociale?

Sulla base dei risultati, dovrebbero essere delineate le seguenti informazioni:

- Il concetto del gioco.
- Il pubblico di destinazione.
- Il potenziale impatto del gioco. → Come aumenta la consapevolezza o spinge all'azione?
- La strategia di monetizzazione → Sono disponibili opzioni di finanziamento? Donazioni? Partnership?

Settimana 4:

Ora che tutte le informazioni sono state raccolte, i gruppi iniziano a strutturare i loro piani aziendali, che riguardano:

- Il design e la meccanica del gioco.
- La strategia di marketing. → Come si raggiungerà il pubblico? Creeranno delle partnership? Qual è la loro strategia per i social media?
- Il processo di sviluppo. → Qual è la tempistica prevista? Di quali risorse avranno bisogno?
- Le potenziali sfide e le soluzioni.

Combinando questa attività con la precedente attività di presentazione, gli studenti possono imparare a conoscere i piani aziendali e allo stesso tempo acquisire esperienza e sicurezza nel parlare in pubblico.

Settimana 5 & 6:

Una volta che tutti i gruppi avranno preparato i loro piani aziendali, li presenteranno in una discussione collaborativa in stile dibattito. Qui avranno l'opportunità di mettere alla prova e migliorare le idee degli altri.

Ogni squadra presenta il proprio progetto, che comprende il gioco, le questioni sociali, le strategie di marketing, le sfide e altre informazioni normalmente fondamentali per convincere i potenziali investitori.

- Dopo la presentazione, i gruppi si fanno domande e si scambiano opinioni.
- Durante tutto questo processo, il facilitatore guida la discussione, mantenendo un ambiente favorevole.
- La sessione si conclude con una riflessione in cui i gruppi riadattano i loro piani in base al feedback ricevuto.



Riferimenti



- SpringerLink. (2023). Social entrepreneurship: The role of innovation and leadership. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-023-00838-5>
- ResearchGate. (2019). Innovation and innovation management. https://www.researchgate.net/publication/331189067_Innovation_and_innovation_management
- GameDeveloper. (n.d.). Indie entrepreneurs: Lessons from the game industry. <https://www.gamedeveloper.com/business/indie-entrepreneurs>