



## Ficha de Unidade Curricular

**DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:**

*Gamification Experience*

**DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:**

*Gamification Experience*

**SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM**

EAM

**DURAÇÃO / DURATION ( Anual, Semestral )**

Semestral

**HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)**

140

**HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)**

T:10; TP:20



**% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS**

Sem horas de contacto à distância/No remote hours

**ECTS**

5

**DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):**

Ricardo Pedro Mimoso Flores dos Santos  
30 horas

**RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):**

Ricardo Pedro Mimoso Flores dos Santos  
30 hours

**OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):**

-

**OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:**

-



### OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

Compreender o significado de gamification, bem como saber aplicar as suas técnicas e elementos ao marketing interno e externo.

Ser capaz de criar uma solução de gamification para utilizar no plano empresarial, seja no contexto interno seja externo.

Nesse sentido, importa:

- Compreender o conceito de gamification
- Compreender como pode ser aplicado em empresas, sector publico, associações e sociedade em geral;
- Compreender as vantagens e desvantagens de um sistema de gamification integrado internamente para motivação dos colaboradores, bem como aplicado ao cliente final.
- Compreender os riscos de adoção da gamification, constrangimentos e fatores de sucesso.
- Compreender os impactos da utilização da gamification em vários resultados esperados na organização.
- Compreender os efeitos negativos da má ou ineficiente utilização de gamification design.
- Compreender o processo de ideação de uma solução gamificada.

### LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

Understanding the meaning of gamification, as well as knowing how to apply its techniques and elements to internal and external marketing.

Being able to create a gamification solution to be used in the business plan, whether in an internal or external context.

Therefore, it is important to:

Understand the concept of gamification; Understand how it can be applied in companies, the public sector, associations, and society in general; Understand the advantages and disadvantages of an internally integrated gamification system for employee motivation, as well as applied to the end customer; Understand the risks of adopting gamification, constraints, and success factors; Understand the impacts of using gamification on various expected outcomes in the organization; Understand the negative effects of poor or inefficient gamification design use; Understand the process of ideating a gamified solution.



## CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Gamification pode ser definida como a utilização de técnicas, métodos, mecânicas, dinâmicas e pensamento de jogos aplicados em contextos de não jogo.

Que elementos são estes e porque é que devem ser usados nas estratégias de marketing.

Como utilizar um sistema de game as a service no ciclo de vida de um produto ou serviço.

Como comunicar melhor com os consumidores compreendendo as suas necessidades e desejos para com a marca, produto ou serviço.

Tópicos a abordar durante as sessões:

- Jogos, Jogos sérios e a sua relação com a Gamification;
- Elementos da Gamification: social, liberdade de escolha, descoberta de conteúdos, competições, feedback imediato e diferido, sistemas de recompensas, factor, Fun.
- Ferramentas e abordagens de gamification: o método 7 Ps da gamification
- Análise e métricas que ajudam a desenhar uma experiência evolutiva;
- Estudos de caso;
- Criar e desenvolver uma solução de gamification.

## SYLLABUS:

Gamification can be defined as the use of techniques, methods, mechanics, dynamics, and game thinking applied in non-game contexts. What are these elements and why should they be used in marketing strategies? How to use a game-as-a-service system in the product or service life cycle. How to better communicate with consumers by understanding their needs and desires for the brand, product, or service.

Topics to be covered during the sessions:

- Games, Serious Games, and their relationship with Gamification;
- Elements of Gamification: social, freedom of choice, content discovery, competitions, immediate and deferred feedback, reward systems, factor, Fun.
- Gamification tools and approaches: the 7 Ps method of gamification;
- Analysis and metrics that help design an evolutionary experience;
- Case studies;
- Creating and developing a gamification solution.



**DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:**

Objetivo: Reconhecer uma experiência de gamification e respetiva abrangência.

Conteúdo programático: A importância de entender os vários tipos de gamification e aplicabilidade.

Objetivo: Entender a ligação da gamification ao marketing estratégico.

Conteúdo programático: Enquadramento das experiências de gamification dentro do plano marketing (e.g., 7Ps do marketing)

Objetivo: Desenvolver uma experiência de gamification para aplicar em contexto organizacional (marketing estratégico)

Conteúdo programático: Ferramentas, Paneamento estratégico, Método de ideação e timings.

**DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:**

Objective: Recognize a gamification experience and its scope.

Syllabus: The importance of understanding the various types of gamification and their applicability.

Objective: Understand the connection between gamification and strategic marketing.

Syllabus: Framing gamification experiences within the marketing plan (e.g., 7Ps of marketing).

Objective: Develop a gamification experience to apply in an organizational context (strategic marketing).

Syllabus: Tools, Strategic planning, Ideation method, and timing.



### METODOLOGIAS DE ENSINO:

Avaliação contínua

Metodologia expositiva, demonstrativa e ativa.

Aulas com componente de exposição da matéria lideradas pelo docente com participação ativa dos alunos.

Análise e realização de casos práticos.

Trabalho, discussão, feedback e desenvolvimento da solução gamificada.

A Avaliação resulta da entrega de um protótipo de uma solução gamificada, para resolução de um problema identificado pelo(a) estudante (correspondente a 50% da nota final)

Entrega do processo criativo e de pesquisa na plataforma Miro, mais um relatório síntese da proposta e processo, com o máximo 2 páginas (correspondente a 20% da nota final)

Apresentação pública e defesa da proposta gamificada (correspondente a 20% da nota final)

Participação ativa nas atividades individuais e de grupo durante o semestre (10%)

### TEACHING METHODOLOGIES:

Continuous assessment  
Expository, demonstrative and active

Classes with a component of material exposition led by the teacher with active participation from the students.

Analysis and practical case studies.

Work, discussion, feedback, and development of the gamified solution.

The evaluation is based on the delivery of a gamified solution prototype to solve a problem identified by the student (corresponding to 50% of the final grade).

Delivery of the creative process and research on the Miro platform, plus a summary report of the proposal and process (corresponding to 20% of the final grade).

Public presentation and defense of the gamified proposal (corresponding to 20% of the final grade).

Active participation in individual and group activities during the semester (10%).



## AVALIAÇÃO

40% Relatório individual  
60% Trabalho de grupo

## EVALUATION

40% Individual report  
60% Work group

## DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

- Reconhecer uma experiência de gamification e o seu processo criativo. Metodologia expositiva.
- Planear ações de gamification. Combinação entre a metodologia expositiva e ativa.
- Estudos caso e desenho de soluções de gamification com vários engagement loops.

Combinação entre a metodologia expositiva e ativa.

Análise de casos práticos.

Ideação de uma experiência gamificada.

## DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

- Recognize a gamification experience and its creative process.
- Expository methodology.
- Plan gamification actions.
- Combination of expository and active methodology.
- Case studies and design of gamification solutions with multiple engagement loops.
- Combination of expository and active methodology.
- Analysis of practical cases.
- Ideation of a gamified experience.



**BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:  
MAIN BIBLIOGRAPHY:**

- Kevin Werbach, For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business, Wharton Press, 2012;
- Yu-Kai Chou, Actionable Gamification - Beyond Points, Badges and Leaderboards, Freemont (CA), 2014;
- Bergmann, Bastian, Press Play: Why Every Company needs a gaming strategy, Harvard Business, 2025
- Costa, Ricardo, The Fantastic Engagement Factory: How to motivate people on a large scale with gamification, Funifier, 2024
- Brain Burke, Gamify: How Gamification Motivates People to Do Extraordinary Things, Bibliomotion, 2014;
- Steve Lucas, Engage to Win: A blueprint for success in the Engagement Economy, Greenleaf Book, 2018;
- Nicholas Lovell, The Pyramid of Game Design, CRC Press, 2018;
- Kapp M K., et al, The Gamification of learning and instruction FieldBook, 2014
- Alves Flora, Gamification - como criar experiências de aprendizagem engajadoras, um guia completo: do conceito à prática 2015
- Marczewski Andrzej, Even Ninja Monkeys Like to Play - Gamification, Game Thinking & Motivational Design, 2015
- P.Walz, Steffen and Deterding, Sebastian - The Gameful World, Approaches, issues, applications, MIT Press, 2015

Articles:

- Ferreira, H., Roseira, C., & Patrício, R. (2020, December). 7 P?s of Gamification: A Strategic Design Tool for Ideation of Gamified Solutions. In International Conference on Games and Learning Alliance (pp. 146-156). Springer, Cham.

**OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)**

4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos / 4 - Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

**OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)**

Opcional



**OBSERVATIONS**

Optional

Inválido para efeitos de certificação