



## Guía Docente

Datos Identificativos					2018/19
Asignatura (*)	Márketing Estratéxico de Videoxogos	Código	730529001		
Titulación	Máster Universitario en Deseño, Desenvolvemento e Comercialización de Videoxogos				
Descritores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	6	
Idioma	Castelán				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinación	Membiela Pollán, Matías Enrique	Correo electrónico	matias.membiela@udc.es		
Profesorado	Membiela Pollán, Matías Enrique	Correo electrónico	matias.membiela@udc.es		
Web					
Descrición xeral	O obxectivo da materia é que o alumno domine os coñecementos planificación de márketing aplicados ao mercado de videoxogos. Con esta premisa centrarémonos na análise da demanda, a competencia e o comportamento do consumidor. O alumno terá que ser capaz de dominar as técnicas para coñecer as necesidades dos clientes, localizar novos nichos de mercado, identificar e valorar segmentos de mercado futuros e deseñar un plan de actuación para conseguir os obxectivos marcados.				

## Competencias do título

Código	Competencias do título
A1	CE01 - Coñecer o funcionamento e os actores do mercado de videoxogos
A2	CE02 - Manexarse de forma eficiente nas contornas socioeconómicas, tecnolóxicos, políticos e culturais do sector dos videoxogos
B1	CB6 - Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación
B2	CB7 - Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidas dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B3	CB8 - Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B4	CB9 - Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades
B5	CB10 - Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que habrá de ser en gran medida autodirigido ou autónomo
B9	CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
C1	CT1 - Habilidades comunicativas e claridade de exposición oral e escrita
C2	CT2 - Capacidade de traballo persoal, organizado e planificado
C3	CT3 - Habilidade para a xestión da información
C4	CT4 - Capacidade de abstracción, análise, síntese e estruturación da información e as ideas
C5	CT5 - Asunción da importancia da aprendizaxe ao longo da vida e capacidade de autoaprendizaxe mediante a inquietude por buscar e adquirir novos coñecementos
C7	CT7 - Comprender e valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico na profesión e no avance socioeconómico e cultural da sociedade
C8	CT8 - Coñecemento e utilización das novas tecnoloxías necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida
C9	CT9 - Capacidade para dirixir e xestionar equipos de persoas e grupos de empresa
C10	CT10 - Capacidade de traballo en equipo e facilidade para a integración en equipos multidisciplinares

## Resultados da aprendizaxe



Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
O obxectivo que se pretende conseguir é que o alumno domine os procedementos e fases da creación e lanzamento de novos videoxogos co obxectivo de implementar unha estratexia de marca que o posicione no mercado. Neste ámbito desenvolveranse contidos, operativa industrial, comercial e de comunicación.	AP1 AP2	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP9	CP1 CP2 CP3 CP4 CP5 CP7 CP8 CP9 CP10

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE 1. INTRODUCCIÓN	TEMA 1. INTRODUCCIÓN Á COMERCIALIZACIÓN NO DOS VIDEOXOGOS
PARTE 2. ANÁLISE DO ENTORNO	TEMA 2. ANÁLISE DO ENTORNO EMPRESARIAL E DA COMPETENCIA TEMA 3. COMPORTAMIENTO DO CONSUMIDOR
PARTE 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	TEMA 4. SEGMENTACIÓN DO MERCADO E POSICIONAMIENTO TEMA 5. A INVESTIGACIÓN COMERCIAL TEMA 6. A ESTIMACIÓN DA DEMANDA DE MERCADO
PARTE 4. ESTRATEXIAS	TEMA 7. A FUNCIÓN DA ESTRATEXIA DE MERCADO TEMA 8. O PLAN DE MARKETING ESTRATÉXICO

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	25	37.5	62.5
Proba de resposta múltiple	A2 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	1	10	11
Eventos científicos e/ou divulgativos	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	3.5	0	3.5
Sesión maxistral	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	17	51	68
Atención personalizada		5	0	5

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición



Traballos tutelados	Os alumnos desenvolverán un traballo que será tutelado polo docente e por tanto terá apoio tutorial. Formaranse grupos reducidos de alumnos (70% de la nota final). O traballo ten por obxectivo a aplicación dos conceptos e fundamentos que se explican en clase e a estrutura básica estará relacionada coa orde e estrutura de temas que se explican ao longo da materia. O docente irá tutorizando e realizando o seguimento do grupo de forma gradual de maneira que o grupo poida ir desenvolvendo o traballo paulatinamente a medida que se desarrolla a materia. Desta forma conséguese unha docencia interactiva, práctica e unha participación activa por parte do alumno ao longo do proceso de aprendizaxe. A entrega do traballo está pensada para a última semana de período lectivo aínda que se axustará á dispoñibilidade de tempo do alumno.
Proba de resposta múltiple	Test de resposta múltiple individual (30% de la nota final). Cada pregunta mal contestada penaliza a cualificación da proba (tres preguntas mal contestadas contrarrestan unha correcta) e non se poderá deixar en branco ningunha custión.
Eventos científicos e/ou divulgativos	O alumnado tamén deberá asistir a actividades complementarias de carácter práctico (conferencias, seminarios, talleres ou similares) co fin de coñecer casos prácticos expostos polos seus protagonistas; tamén en grupo se deberán analizar os contidos das devanditas actividades e reflectir a devandita análise nos correspondentes traballos que se someterán a avaliación.
Sesión maxistral	Explicación dos contidos do programa teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentación, a través de medios audiovisuais. No se entregarán aos alumnos/as as diapositivas.

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Os diferentes membros do grupo poderán consultar as dúbidas correspondentes ao desenvolvemento dos casos prácticos/lecturas que deberán presentar ou expoñer.
Proba de resposta múltiple	
Traballos tutelados	Así mesmo, se se ten algunha dúbida relativa ao material explicado en clase, pódese consultar co docente no seu despacho ou fixar outro momento para aclarar dúbidas e facilitar o seguimento do alumno.  Dispensa Académica. Acéptase. Os requirimentos de traballo individual se levarán a cabo "online". As presentacións dos traballos serán ben online ou presencial. En primeira e segunda oportunidade a execución dos exames de maio e xullo será presencial.

### Avaliación

Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Proba de resposta múltiple	A2 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	Exame tipo test con catro posibilidades, con preguntas sobre os contidos cubertos no curso.	30
Traballos tutelados	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	Traballo de desenvolvemento e defensa dos contidos aplicados e centrado nos diferentes proxectos que se solicitan.	70

### Observacións avaliación

No desenvolvemento da parte práctica serán avaliados: Aplicación das bases teóricas. Calidade de presentación. Precisión, claridade de exposición e calidade das respostas. Fontes primarias e secundarias usadas. Revisión bibliográfica.
--

### Fontes de información

--



<b>Bibliografía básica</b>	<p>- () . .</p> <p>- () . .</p> <p>BIBLIOGRAFÍA ESENCIAL Carrillo Marqueta, J., y Sebastián Morillas, A. (2010). Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos. Madrid: ESIC Editorial. Huguet Rodríguez, J., y González López-Huerta, J. J. (2012). Todo lo que hay que saber de videojuegos y marketing. Madrid: Wolters Kluwer. Kotler, P. y Armstrong, G. (2004). Introducción al Marketing, 10ª ed. Madrid: Pearson-Prentice. Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. Naulcalpan de Juárez (México): Pearson. Lambin, Jean-Jacques (2003). Marketing estratégico. Madrid: ESIC Editorial. Martí Parreño, José (2010). Marketing y videojuegos. Madrid: ESIC Editorial. Roger, Best (2007). Marketing estratégico. Madrid: Pearson Prentice-Hall. Santesmases, M. (2012). Marketing: conceptos y estrategias. Madrid: Pirámide. Stanton William, J., Etzel Michael, J., y Walker Bruce, J. (2007). Fundamentos de marketing. Mc Graw Hill. Wesley, D., y Barczak, G. (2010). Innovation and Marketing in the Video Game Industry: avoiding the trap. Surrey: GOWER. Zackariasson, P., y Dymek, M. (2016). Video game marketing: a student textbook. London: Routledge</p>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

**Recomendacións**

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Desenvolvemento de Produtos e Marcas de Videoxogos/730529002

**Materias que continúan o temario**

Márketing Operativo de Videoxogos/730529022

**Observacións**

"Para axudar a acadar un ambiente inmediato sostido e cumprir o obxectivo da acción número 5:" Educación e investigación ambiental e social sa e sostible "do" Plan de Acción do Campus Verde de Ferrol "-A entrega dos traballos documentais feitos neste asunto:? Pedirase en formato virtual e / ou soporte informático? Realizarase a través de Moodle, en formato dixital sen necesidade de imprimir? Se é necesario facelos en papel:&nbsp; &nbsp;- Os plásticos non serán utilizados&nbsp; &nbsp;- As impresións dobre cara realizaranse.&nbsp; &nbsp;- Usarase o papel reciclado.&nbsp; &nbsp;- Evitarase a impresión de borradores. Debe ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores da sustentabilidade no comportamento persoal e profesional.

(\* )A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías