UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Marketing Operativo de Videojuegos		Código	730529022
Titulación	Máster Universitario en Deseño, Desenvolvemento e Comercialización de Videoxogos			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Segundo	Obligatoria	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinador/a	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
Profesorado	Blazquez Lozano, Felix Escourido Calvo, Manuel	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es manuel.escourido@udc.es	
Web	mastervideojuegos.udc.gal/			
Descripción general	El objetivo de la asignatura es que el alumno domine los conocimientos planificación de marketing aplicados al mercado de videojuegos. Con esta premisa nos centraremos en el análisis de la demanda, la competencia y el comportamiento del consumidor. El alumno tendrá que ser capaz de dominar las técnicas para conocer las necesidades de los clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar y valorar segmentos de mercado futuros y diseñar un plan de actuación para conseguir los objetivos marcados.			
Plan de contingencia	1. Modificaciones en los CONTENIDOS: NO. 2. Modificaciones en METODOLOGÍA. CLASES MAGISTRALES: online en plataforma MS Teams (mismo horario). PRESENTACIONES ORALES: online en plataforma MS Teams. TEST OPCION MULTIPLE: online en platafoma UDC Moodle. TUTORÍAS: online en plataforma MS Teams (estudiante las solicitará de forma previa, sugiriendo 3/4 opciones de día/hora). 3. Modificaciones en criterios de EVALUACIÓN: NO			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A27	CE27 - Identificar y satisfacer de una manera rentable las necesidades y demandas del comprador y jugador
A28	CE28 - Establecer políticas operativas comerciales de producto, precio, distribución y comunicación
B1	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B2	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B3	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
B4	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
B5	CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
B6	CG1 - Capacidad de organización y planificación, especialmente en el planteamiento de trabajos conducentes a la creación de los contenidos audiovisuales digitales que componen un videojuego

B9	CG4 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
B14	CG9 - Capacidad de diseño y gestión de proyectos, resolviendo los aspectos narrativos, técnicos y de gestión del proyecto de videojuego
C1	CT1 - Habilidades comunicativas y claridad de exposición oral y escrita
C2	CT2 - Capacidad de trabajo personal, organizado y planificado
C3	CT3 - Habilidad para a gestión de la información
C4	CT4 - Capacidad de abstracción, análisis, síntesis y estructuración de la información y las ideas
C8	CT8 - Conocimiento y utilización de las nuevas tecnologías necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida
C9	CT9 - Capacidad para dirigir y gestionar equipos de personas y grupos de empresa

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
El objetivo que se pretende conseguir es que el alumno domine las políticas de actuación de las empresas a la hora de llevar acabo las acciones extratéxicas del mix de márketing en el sector de los videojuegos. En este ámbito se desarrollarán contenidos, operativa industrial, comercial y de comunicación.	AP27 AP28	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP6 BP9 BP14	CP1 CP2 CP3 CP4 CP8 CP9

Contenidos	
Tema	Subtema
PARTE 1. INTRODUCCIÓN	TEMA 1. EL MARKETING OPERATIVO EN EL SECTOR DE LOS VIDEOJUEGOS
PARTE 2. ESTRATEGIAS DEL MIX DE MARKETING	TEMA 2. POLÍTICA DE PRODUCTOS TEMA 3. POLÍTICA DE PRECIOS TEMA 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN TEMA 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN
PARTE 3. NUEVAS TENDENCIAS	TEMA 6. EVOLUCIÓN DEL MIX DE MARKETING

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competéncias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B14 C1 C2 C3 C4 C8	20	50	70
Prueba de respuesta múltiple	A27 A28	1	13	14
Eventos científicos y/o divulgativos	B9	4	0	4
Sesión magistral	A27 A28 B5 C3 C4 C9	15	45	60
Atención personalizada		2	0	2
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción

Trabajos tutelados	Los estudiantes desarrollarán un trabajo que será tutorizado por el profesor y, por lo tanto, contará con soporte tutorial. Habrá pequeños grupos de estudiantes (70% de la calificación final). El objetivo del trabajo es la aplicación de los conceptos y fundamentos que se explican en clase y la estructura básica se relacionará con el orden y la estructura de los temas que se explican a lo largo del curso. El maestro supervisará y supervisará gradualmente al grupo para que el grupo pueda desarrollar gradualmente el trabajo a medida que se desarrolla el tema. De esta forma, se logra una enseñanza interactiva, práctica y participación activa del alumno a lo largo de todo el proceso de aprendizaje. La entrega del trabajo está prevista para la última semana del período escolar, aunque se ajustará a la disponibilidad de tiempo del alumno.
Prueba de respuesta múltiple	Test de respuesta múltiple individual (30% de la nota final). Cada pregunta mal contestada penaliza la calificación de la prueba (tres preguntas mal contestadas contrarrestan una correcta) y no se podrá dejar en blanco ninguna cuestión.
Eventos científicos y/o divulgativos	El alumnado también deberá asistir a actividades complementarias de carácter práctico (conferencias, seminarios, talleres o similares) con el fin de conocer casos prácticos expuestos por sus protagonistas; también en grupo se deberán analizar los contenidos de dichas actividades y reflejar dicho análisis en los correspondientes trabajos que se someterán a evaluación.
Sesión magistral	Explicación de los contenidos del programa teórico de la materia mediante la exposición oral, guiada con el uso de presentaciones, a través de medios audiovisuales. Se entregarán a los alumnos/las las diapositivas

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Sesión magistral Prueba de respuesta múltiple Trabajos tutelados	Los diferentes miembros del grupo podrán consultar las dudas correspondientes al desarrollo de los casos prácticos / lecturas que deben presentar o exponer. Del mismo modo, si tiene alguna pregunta sobre el material explicado en clase, puede consultar con el profesor en su oficina o establecer otro momento para aclarar dudas y facilitar el seguimiento del estudiante. Dispensa Académica. Se acepta. Los requerimientos de trabajo individual se llevarán a cabo "online". En primera y segunda oportunidad, la presentación del trabajo y la ejecución de los exámenes de mayo y julio será presencial.

Evaluación			
Metodologías	**Competéncias**	**Descripción**	**Calificación**
Prueba de respuesta múltiple	A27 A28	Examen tipo test con cuatro posibilidades, con preguntas sobre los contenidos desarrollados en el curso.	30
Trabajos tutelados	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B14 C1 C2 C3 C4 C8	Trabajo de desarrollo y defensa de los contenidos aplicados y centrados en los diferentes proyectos que se pidan.	70

Observaciones evaluación

En el desarrollo de la parte práctica se evaluará: Aplicación de dos bases teóricas. Calidad de presentación. Precisión, claridad de exposición y calidad de las respuestas. Fuentes primarias y secundarias utilizadas. Revisión bibliográfica Alumnos con dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: En el caso de alumnos con dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se empleará la plataforma Moodle y el correo electrónico como vehículo de comunicación principal para la gestión de contenidos, tutorías y la entrega de trabajos. Se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación, mas tendrán la mismo deber de realizar actividades y de acudir la cualquier tipo de prueba de evaluación que el alumnado a tiempo completo. Excepto para las fechas aprobadas en la Junta de Facultad en lo que compete a la prueba objetiva, para las restantes pruebas se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación.

Fuentes de información	
Básica	- 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 - Josep M. Bustos (2003). Marketing operativo. Barcelona: Gestión 2000 - Zackariasson, P., y Dymek, M. (2016). Video game marketing: a student textbook. London: Routledge - Kotler, P. y Armstrong, G. (2004). Introducción al Marketing, 10ª ed. Madrid: Pearson-Prentice. - 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. - Lambin, Jean-Jacques ((2013). Marketing estratégico. Madrid: ESIC Editorial - Martí Parreño, José (2010). Marketing y videojuegos. Madrid: ESIC Editorial - Wesley, D., y Barczak, G. (2010). Innovation and Marketing in the Video Game Industry: avoiding the trap. Surrey: GOWER
Complementária	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Desarrollo de Productos y Marcas de Videojuegos/730529002 Marketing Estratégico de Videojuegos/730529001
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios

Para ayudar a conseguir un entorno inmediato sostenido y cumplir con el objetivo de la acción número 5: ?Docencia e investigación saludable y sustentable ambiental y social? del Plan de Acción Green Campus Ferrol la entrega de los trabajos documentales que se realicen en esta materia se solicitarán en formato virtual y/o soporte informático. Se realizará a través de Moodle, en formato digital sin necesidad de imprimirlos. En caso de ser necesario realizarlos en papel:

? No se emplearán plásticos.

? Se realizarán impresiones a doble cara.

? Se empleará papel reciclado.

? Se evitará la impresión de borradores.

Se debe tener en cuenta la importancia de los principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales.

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías