



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Márketing Operativo de Videoxogos	Código	730529022	
Titulación	Máster Universitario en Deseño, Desenvolvemento e Comercialización de Videoxogos			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuadrimestre	Segundo	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	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/			
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.			
Plan de continxencia	<p>1. Modificacións nos CONTIDOS: NON.</p> <p>2. Modificacións na METODOLOXÍA.</p> <p>CLASES MAXISTRAIS: online en plataforma MS Teams (mesmo horario).</p> <p>PRESENTACIÓNS ORAIS: online en plataforma MS Teams.</p> <p>TEST OPCION MULTIPLE: online en plataforma UDC Moodle.</p> <p>TITORÍAS: online en plataforma MS Teams (estudante as solicitará de forma previa, suxerindo 3/4 opcións de día/hora).</p> <p>3. Modificacións nos criterios de AVALIACIÓN: NON.</p>			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A27	CE27 - Identificar e satisfacer dunha maneira rendible as necesidades e demandas do comprador e xogador
A28	CE28 - Establecer políticas operativas comerciais de produto, prezo, distribución e comunicación
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 haberá de ser en gran medida autodirigido ou autónomo
B6	CG1 - Capacidade de organización e planificación, especialmente na formulación de traballos conducentes á creación dos contidos audiovisuais dixitais que compoñen un videoxogo
B9	CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
B14	CG9 - Capacidade de deseño e xestión de proxectos, resolvendo os aspectos narrativos, técnicos e de xestión do proxecto de videoxogo



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
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

Resultados da aprendizaxe				
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título		
<p>O obxectivo que se pretende conseguir é que o alumno domine as políticas de actuación das empresas á hora de levar acabo as accións extratécnicas do mix de marketing no sector dos videoxogos.</p> <p>Neste ámbito desenvolveranse contidos, operativa industrial, comercial e de comunicación.</p>		AP27	BP1	CP1
		AP28	BP2	CP2
			BP3	CP3
			BP4	CP4
			BP5	CP8
			BP6	CP9
			BP9	
			BP14	

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE 1. INTRODUCCIÓN	TEMA 1. O MARKETING OPERATIVO NO SECTOR DOS VIDEOXOGOS
PARTE 2. ESTRATEXIAS DO 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. NOVAS TENDENCIAS	TEMA 6. EVOLUCIÓN DO MIX DE MARKETING

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B14 C1 C2 C3 C4 C8	20	50	70
Proba de resposta múltiple	A27 A28	1	13	14
Eventos científicos e/ou divulgativos	B9	4	0	4
Sesión maxistral	A27 A28 B5 C3 C4 C9	15	45	60
Atención personalizada		2	0	2

\*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 audiovisuales. 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 &quot;online&quot;. 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 / Resultados	Descrición	Cualificación
Proba de resposta múltiple	A27 A28	Exame tipo test con catro posibilidades, con preguntas sobre os contidos cubertos no curso.	30
Traballos tutelados	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B14 C1 C2 C3 C4 C8	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. Alumnos con dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: No caso de alumnos con dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, empregárase a plataforma Moodle e o correo electrónico como vehículo de comunicación principal para a xestión de contidos, titorías e a entrega de traballos. Acordarase ao comezo do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación, mais terán a mesma obriga de realizaren actividades e de acudir a calquera tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo. Excepto para as fechas aprobadas na Xunta de Facultade no que compete á proba obxectiva, para as restantes probas acordarase ao inicio do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación.

### Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Santemas, M. (2012). Marketing: conceptos y estrategias. Madrid: Pirámide</li> <li>- Stanton William, J., Etzel Michael, J., y Walker Bruce, J. (2007). Fundamentos de marketing. Mc Graw Hill</li> <li>- Josep M. Bustos (2003). Marketing operativo. Barcelona: Gestión 2000</li> <li>- Zackariasson, P., y Dymek, M. (2016). Video game marketing: a student textbook. London: Routledge</li> <li>- Kotler, P. y Armstrong, G. (2004). Introducción al Marketing, 10ª ed. Madrid: Pearson-Prentice.</li> <li>- Carrillo Marqueta, J., y Sebastián Morillas, A. (2010). Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos. Madrid: ESIC Editorial</li> <li>- Huguet Rodríguez, J., y González López-Huerta, J. J. (2012). Todo lo que hay que saber de videojuegos y marketing.. Madrid: Wolters Kluwer.</li> <li>- Lambin, Jean-Jacques (2013). Marketing estratégico. Madrid: ESIC Editorial</li> <li>- Martí Parreño, José (2010). Marketing y videojuegos. Madrid: ESIC Editorial</li> <li>- Wesley, D., y Barczak, G. (2010). Innovation and Marketing in the Video Game Industry: avoiding the trap. Surrey: GOWER</li> </ul>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

### Recomendacións

#### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Desenvolvemento de Produtos e Marcas de Videoxogos/730529002

Márketing Estratéxico de Videoxogos/730529001

#### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

#### Materias que continúan o temario

### Observacións

Para axudar a conseguir un entorno inmediato sostido y cumprir con el obxectivo da acción número 5: ?Docencia e investigación saudable e sustentable ambiental e social? do Plan de Acción Green Campus Ferrol a entrega dos traballos documentais que se realicen nesta materia se solicitarán en formato virtual e/o soporte informático. Se realizará a través de Moodle, en formato dixital sin necesidad de imprimilos. En caso de ser necesario realizarlos en papel:

? No se emplearán plásticos.

? Se realizarán impresiones a dobre cara.

? Se empleará papel reciclado.

? Se evitará a impresión de borradores.

Se debe ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores da sustentabilidade nos comportamentos personais e profesionais.



(\*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