



## Teaching Guide

Identifying Data					2021/22
Subject (*)	Brand Design and Development		Code	730529002	
Study programme	Máster Universitario en Deseño, Desenvolvemento e Comercialización de Videoxogos				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatory	6	
Language	Spanish				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Análise Económica e Administración de Empresas Empresa				
Coordinador	Salido Andrés, Noelia	E-mail	noelia.sandres@udc.es		
Lecturers	Salido Andrés, Noelia	E-mail	noelia.sandres@udc.es		
Web					
General description	O principal obxectivo desta asignatura de máster é achegar aos estudantes á relevancia das variables Produto e Marca, e ao encaixe dun efectivo desenvolvemento das mesmas na competitiva industria dos Videoxogos. Para logralo, os estudantes abordarán a investigación da política de produtos; coñecerán o proceso de innovación e desenvolvemento de produtos; e aprenderán a xestionar as marcas e o seu valor no deseño de videoxogos, como resposta ás demandas dos principais gupos de interese nunha industria global, creativa, e cambiante nun contexto de pandemia.				
Contingency plan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modifications to the contents</li> <li>2. Methodologies <ul style="list-style-type: none"> <li>*Teaching methodologies that are maintained</li> <li>*Teaching methodologies that are modified</li> </ul> </li> <li>3. Mechanisms for personalized attention to students</li> <li>4. Modifications in the evaluation <ul style="list-style-type: none"> <li>*Evaluation observations:</li> </ul> </li> <li>5. Modifications to the bibliography or webgraphy</li> </ol>				

## Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
A3	CE03 - Conceptualizar a idea dun videoxogo
A4	CE04 - Coñecer o proceso de produción dun videoxogo
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 coñecidos 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



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
B10	CG5 - Valorar críticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas con que deben enfrontarse
B12	CG7 - Traballo en equipo. Capacidade de abordar proxectos en colaboración con outros estudantes, asumindo roles e cumprindo compromisos de fronte ao grupo
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
C6	CT6 - Capacidade de enfrontarse a situacións novas e utilizar o coñecemento, tecnoloxía e información dispoñibles para resolver os problemas cos que debe de enfrontarse
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

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences / results		
Coñecer os procedementos e fases da creación e lanzamento de novos produtos de videoxogos	AJ3 AJ4	BJ1 BJ2 BJ3 BJ4 BJ5 BJ6 BJ9 BJ10 BJ12 BJ14	CJ1 CJ2 CJ3 CJ4 CJ6 CJ7 CJ8 CJ9
Adquirir os coñecementos tanto teóricos como prácticos para o desenvolvemento de produtos e marcas no ámbito dos videoxogos, así como implementar unha estratexia de marca que o posicione no mercado	AJ3 AJ4	BJ1 BJ2 BJ3 BJ4 BJ5 BJ6 BJ9 BJ10 BJ12 BJ14	CJ1 CJ2 CJ3 CJ4 CJ6 CJ7 CJ8 CJ9

Contents	
Topic	Sub-topic



PARTE I: FUNDAMENTOS E XESTIÓN DE PRODUTOS	<p>Introdución: importancia das variables produto e marca</p> <p>Innovación e desenvolvemento de novos produtos</p> <p>Concepto de produto e xestión da carteira de produto</p> <p>Ciclo de vida do produto</p>
PARTE II: FUNDAMENTOS E XESTIÓN DE MARCAS	<p>Fundamentos do valor de marca</p> <p>Decisións de marca (I)</p> <p>Decisións de marca (II): a marca nos mercados internacionais</p>

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 B10 B12 B14 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	20	50	70
Multiple-choice questions	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	2	26	28
Guest lecture / keynote speech	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	15	30	45
Personalized attention		7	0	7

(\*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Supervised projects	<p>Resolución de casos prácticos individuais ou grupais. O alumnado participará en tutorías presenciais onde acadará atención persoalada para a súa elaboración, a cal requirirá de traballo tutelado na aula e autónomo fora dela.</p> <p>A exposición e presentación dos casos prácticos realizados será presencial e plenaria daccordo á planificación e datas postas a disposición dos alumnos.</p>
Multiple-choice questions	O alumnado examínase presencialmente dos contidos da asignatura a través dunha proba tipo test de resposta múltiple na que soamente unha resposta é correcta. Esta proba realizarase preferiblemente a través da plataforma Moodle.
Guest lecture / keynote speech	Impartición presencial dos contidos teóricos da asignatura, mediante a exposición oral, guiada co uso de presentacións, e a través de medios audiovisuais podendo ser complementada a través de conferencias invitadas ou seminarios presenciais.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects	Axudar aos estudantes no tratamento e resolución de problemas na preparación dos traballos tutelados e na exposición/presentación oral, tanto na aula presencialmente como a través de tutorías síncronas realizadas virtualmente a través da plataforma Teams; tanto no caso dos estudantes matriculados en réxime de dedicación a tempo completo, como no caso dos estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica. Neste último caso, pediránse o/s traballo/s práctico/s de forma online. A presentación do traballo poderá ser presencial ou virtual.

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification



Supervised projects	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 B10 B12 B14 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	Desenvolvemento e exposición/presentación de caso/s e traballo/s práctico/s.  Valorarase a asistencia, participación e preparación de calidade das tutorías presenciais e virtuais dos casos prácticos a realizar, así como a creatividade e calidade formal e de contido dos traballos resultantes.  A exposición/presentación dos traballos resultantes será presencial, oral, plenaria, e individual ou en equipo.	60
Multiple-choice questions	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	Exame presencial no formato test de resposta múltiple no que soamente unha resposta é correcta. O exame realizarase preferiblemente a través da plataforma Moodle.	40

### Assessment comments

A nota final resultará da suma das notas totais obtidas polo estudante nas dúas metodoloxías, sen requirirse nota mínima para aprobar cada unha delas, e segundo os pesos indicados. Para aprobar a asignatura, tanto na primeira como na segunda oportunidade, requírese un mínimo de 5 puntos sobre 10 en total.

Aplicaranse os mesmos criterios de avaliación na primeira e segunda oportunidade así como na convocatoria adiantada de decembro.

Para os estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica a

ponderación para a calificación obtida no examen será do 100%.

A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia na convocatoria.

### Sources of information

<b>Basic</b>	
<b>Complementary</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ERRÉ TRENZADO, J.M. y FERRÉ NADAL, J (1997). Nuevos productos. Cómo organizar la búsqueda de ideas en la empresa y desarrollar y lanzar un nuevo producto al mercado sin riesgo. Diaz de Santos.</li> <li>- HUGUET RODRIGUEZ, J y LÓPEZ-HUERTA, J.J. (2012). Todo lo que hay que saber sobre videojuegos y marketing. Valencia: Wolters Klumer España</li> <li>- CARRILLO MARQUETA, J y SEBASTIÁN MORILLAS, A. (2010). Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos. Madrid: Esic</li> <li>- ULRICH. K. (2012). Diseño y desarrollo de productos. Mexico: Mcgraw-Hill</li> <li>- Armstrong, G y Kotler, P. (2018). Principios de marketing. Pearson, 17ª edición</li> <li>- FERNÁNDEZ DEL HOYO, A. (2009). Innovación y gestión de nuevos productos: una visión estratégica y práctica. Madrid: Pirámide</li> <li>- Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Madrid: Pirámide 6ª edición</li> </ul>

### Recommendations

**Subjects that it is recommended to have taken before**

**Subjects that are recommended to be taken simultaneously**

Strategic Marketing of Video Games/730529001

**Subjects that continue the syllabus**

Video Game Operative Marketing/730529022



## Other comments

1. Débese ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores de sostibilidade e &nbsp;nos comportamentos persoais e profesionais.2. Traballarás para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas, e influirase na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade.3. Facilitarase a plena integración do alumnado que por razón físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais, experimenten dificultades a un acceso axeitado, igualitario e proveitoso á vida universitaria.4. A entrega dos traballos documentais que se realicen nesta materia:Solicitarase en formato virtual e/ou soporte informáticoRealizarase a través de Moodle, en formato dixital sen necesidade de imprimilosDe se realizar en papel:-Non se empregarán plásticos.-Realizaranse impresións a dobre cara.-Empregarase papel reciclado.-Evitarase a impresión de borradores.

(\*The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.