



Guía docente

Guía docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Precios y Distribución de Animación y Videojuegos		Código	616G02045
Titulación	Grao en Creación Dixital, Animación e Videoxogos			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	4.5
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinador/a	Losada López, José María	Correo electrónico	jose.maria.losada@udc.es	
Profesorado	Losada López, José María	Correo electrónico	jose.maria.losada@udc.es	
Web				
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.			

Competencias del título

Código	Competencias del título
A18	CE18 - Conocer las herramientas necesarias para captar información del mercado y conocer a los consumidores.
A32	CE32 - Ser capaz de analizar problemas y tomar decisiones en entornos empresariales y de comercialización.
A33	CE33 - Manejar los conceptos y técnicas empleados en las diferentes áreas funcionales de una empresa de nueva creación y entender las relaciones que existen entre los objetivos y las políticas empresariales.
B2	CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
B3	CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
B4	CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B5	CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B6	CG1 - Capacidad de organización y planificación. Especialmente en el planteamiento de trabajos conducentes a la creación de los contenidos audiovisuales digitales que componen una producción de animación o un videojuego.
B9	CG4 - Conocer los procedimientos, destrezas y metodologías necesarios para la adaptación del proceso creativo al medio digital y la producción de obras artísticas a través de tecnologías específicas.
B11	CG6 - Capacidad crítica y autocrítica. Necesaria en todo proceso creativo en el que se busca un compromiso con la calidad del trabajo, los resultados y las soluciones propuestas.
B12	CG7 - Trabajo en equipo. Capacidad de abordar proyectos en colaboración con otros estudiantes, asumiendo roles y cumpliendo compromisos de cara al grupo.
B13	CG8 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, integrando las diferentes partes del programa, relacionándolas y agrupándolas en el desarrollo de productos complejos.
C1	CT1 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C3	CT3 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	CT4 - Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía respetuosa con la cultura democrática, los derechos humanos y la perspectiva de género.



C5	CT5 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	CT6 - Adquirir habilidades para la vida y hábitos, rutinas y estilos de vida saludables.
C7	CT7 - Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios o transdisciplinarios, para ofrecer propuestas que contribuyan a un desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social.
C8	CT8 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.
C9	CT9 - Tener la capacidad de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
El objetivo que se pretende conseguir es que el alumno domine los procedimientos y fases de la creación y lanzamiento de nuevos videojuegos con el objetivo de implementar una estrategia de precio y distribución que lo posicione en el mercado. En este ámbito se desarrollarán contenidos, operativa industrial y comercial.	A18	B2	C1
	A32	B3	C3
	A33	B4	C4
		B5	C5
		B6	C6
		B9	C7
		B11	C8
		B12	C9
		B13	

Contenidos	
Tema	Subtema
PARTE 1. INTRODUCCIÓN	TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR DE LOS VIDEOJUEGOS
PARTE 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	TEMA 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL Y COMPETENCIA TEMA 3. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TEMA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS
PARTE 3. ESTRATEGIAS DE MERCADO	TEMA 5. ESTRATEGIAS DE PRECIO EN EL MERCADO DE ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS TEMA 6. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y SELECCIÓN DE CANALES EN EL MERCADO DE ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	A18 A32 A33 B2 B3 B4 B5 B6 B11 B12 B13 C1 C3 C7 C9	19.5	48.75	68.25
Prueba de respuesta múltiple	A32 A33 B13 C4 C5	1	13	14
Eventos científicos y/o divulgativos	B3 C8	2.5	0	2.5
Presentación oral	B2 B3 B4 B6 B11 C1 C3 C9	0.5	1.25	1.75
Sesión magistral	A32 B9 B11 C5 C6 C8	6	18	24
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	Descrición
Trabaios tutelados	Los estudantes desenvolverán un traballo que será tutorizado por el profesor y, por lo tanto, contará con soporte tutorial. Habrá pequenos grupos de estudantes (70% de la calificación final). El objetivo del traballo es la aplicación de los conceptos y fundamentos que se explican en clase y la estrutura básica se relacionará con el orden y la estrutura de los temas que se explican a lo largo del curso. El maestro supervisará y supervisará gradualmente al grupo para que el grupo pueda desenvolver gradualmente el traballo 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 traballo está prevista para la última semana del período escolar, aunque se ajustará a la disponibilidad de tiempo del alumno.
Prueba de resposta múltiple	Test de resposta múltiple individual (30% de la nota final). Cada pregunta mal contestada penaliza la calificación de la prueba (tres preguntas mal contestadas contrarrestan una correcta).
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 trabaios que se someterán a evaluación.
Presentación oral	Defensa de los contenidos aplicados en los diferentes proyectos que se solicitan.
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.

Atención personalizada	
Metodologías	Descrición
Sesión magistral	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.
Prueba de resposta múltiple	
Trabaios tutelados	

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descrición	Calificación
Prueba de resposta múltiple	A32 A33 B13 C4 C5	Examen tipo test con cuatro posibilidades, con preguntas sobre los contenidos desarrollados en el curso.	40
Trabaios tutelados	A18 A32 A33 B2 B3 B4 B5 B6 B11 B12 B13 C1 C3 C7 C9	Traballo de desarrollo y defensa de los contenidos aplicados y centrados en los diferentes proyectos que se pidan.	40
Presentación oral	B2 B3 B4 B6 B11 C1 C3 C9	Defensa de los contenidos aplicados en los diferentes proyectos que se solicitan.	20

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	- Zackariasson, P., y Dymek, M. (2016). Video game marketing: a student textbook. London: Routledge - Santesmases, M. (2012). Marketing: conceptos y estrategias. Madrid: Pirámide - 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. - 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 - Munuera Alemán, J.L. y Rodríguez Escudero, A.I. (2012). Estrategias de Marketing. Madrid: ESIC Editorial
Complementaria	

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(*) 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