| Guia docente | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Datos Identificativos | | | | 2022/23 |
| 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 | Ciencias da Computación e Tecnoloxías da InformaciónEmpresa | | | |
| Coordinador/a | Escourido Calvo, Manuel | Correo electrónico | manuel.escourido@udc.es | |
| Profesorado | Castro Pena, Luz<br>Escourido Calvo, Manuel | Correo electrónico | maria.luz.castro@udc.es<br>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.<br>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 / Resultados del título | |
|---|---|
| Código | Competencias / Resultados 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 / Resultados 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.<br>En este ámbito se desarrollarán contenidos, operativa industrial, comercial y de comunicación. | AP27<br>AP28 | BP1<br>BP2<br>BP3<br>BP4<br>BP5<br>BP6<br>BP9<br>BP14 | CP1<br>CP2<br>CP3<br>CP4<br>CP8<br>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<br>TEMA 3. POLÍTICA DE PRECIOS<br>TEMA 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN<br>TEMA 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN<br>TEMA 6. PRESUPUESTO DE MARKETING |
| PARTE 3. NUEVAS TENDENCIAS | TEMA 7. EVOLUCIÓN DEL MIX DE MARKETING<br>TEMA 8. MARCA PERSONAL. |

| Planificación | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Metodologías / pruebas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciales y virtuales) | Horas 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.<br>Se entregarán a los alumnos/las las diapositivas |

| Atención personalizada | |
|---|---|
| **Metodologías** | **Descripción** |
| Sesión magistral<br>Prueba de respuesta múltiple<br>Trabajos tutelados | Los diferentes miembros del grupo podrán consultar las dudas correspondientes al desarrollo de los casos prácticos / lecturas que deben presentar o exponer.<br><br>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.<br><br>Alumn@s con dispensa concedida.<br>Los requerimientos de trabajo individual se llevarán a cabo de forma individual.<br>En primera y segunda oportunidad, la presentación del trabajo y la ejecución de los exámenes de 1a Oportunidad y/o 2a Opertunidad son presenciales. |

| Evaluación | | | |
|---|---|---|---|
| **Metodologías** | **Competencias / Resultados** | **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 |
|---|

Evaluación 1ª Oportunidad.
En el desarrollo de la parte práctica (trabajo en equipo / proyecto) (nota del 70%) se evaluará: aplicación de las bases teóricas, calidad de presentación, precisión y claridad de exposición y calidad de las respuestas, fuentes primarias y secundarias utilizadas y bibliográficas revisión.
Para la evaluación de la parte teórica se utilizará un examen tipo test (test objeto múltiple) (nota del 30%) con varias alternativas de respuesta, donde los errores reducirán la puntuación para evitar el "efecto lotería". La fórmula es NOTA = (respuestas correctas x 1) - (errores / k-1), con k = número de opciones de respuesta. Los puntos netos ganados se transfieren a una calificación en una escala de 0 a 10.
Dedicación a tiempo parcial y exención académica (exención de asistencia): en el caso de estudiantes con dedicación a tiempo parcial y exención académica de exención de asistencia, se utilizarán las plataformas Moodle y MS Teams, así como el correo electrónico como principal vehículo de comunicación. gestión de contenido, tutoriales y entrega de tareas. Al inicio del curso se acordará un calendario específico de fechas compatible con su dedicación, pero tendrán la misma obligación de realizar actividades y asistir a cualquier tipo de prueba de evaluación que los alumnos a tiempo completo. Salvo las fechas aprobadas por el Consejo de Facultad en las que corresponda la prueba objetiva, para el resto de pruebas se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación.
El proceso de evaluación de la 2ª oportunidad es exactamente el mismo que para la 1ª oportunidad: se guarda la nota práctica (obtenida en el trabajo / proyecto) y @ alumn @ realizará un nuevo examen tipo test, con características idénticas a las descritas anteriormente.
En caso de convocatoria extraordinaria, la evaluación será únicamente con prueba tipo test (prueba objeto de respuesta múltiple) (nota 100%) con varias alternativas de respuesta, donde los errores restarán puntuación en base a la fórmula NOTA = (respuestas correctas x 1 ) - (errores / k-1) con k = número de opciones de respuesta. Los puntos netos obtenidos se trasladan a una escalal de 0 - 10.
PLAGIO/COPIA. La realización fraudulenta de las pruebas o
actividades de evaluación implicará directamente la cualificación de suspenso
(0) en la materia en la convocatoria correspondiente, invalidando así cualquier
cualificación obtenida en todas las actividades de evaluación de cara a la
convocatoria extraordinaria.

| Fuentes de información | |
|---|---|
| Básica | - Santesmases, M. (2012). Marketing: conceptos y estrategias. Madrid: Pirámide<br>- Stanton William, J., Etzel Michael, J., y Walker Bruce, J. (2007). Fundamentos de marketing. Mc Graw Hill<br>- Josep M. Bustos (2003). Marketing operativo. Barcelona: Gestión 2000<br>- Zackariasson, P., y Dymek, M. (2016). Video game marketing: a student textbook. London: Routledge<br>- Kotler, P. y Armstrong, G. (2004). Introducción al Marketing, 10ª ed. Madrid: Pearson-Prentice.<br>- Carrillo Marqueta, J., y Sebastián Morillas, A. (2010). Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos. Madrid: ESIC Editorial<br>- Huguet Rodríguez, J., y González López-Huerta, J. J. (2012). Todo lo que hay que saber de videojuegos y marketing.. Madrid: Wolters Kluwer.<br>- Lambin, Jean-Jacques ( (2013). Marketing estratégico. Madrid: ESIC Editorial<br>- Martí Parreño, José (2010). Marketing y videojuegos. Madrid: ESIC Editorial<br>- 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<br>Marketing Estratégico de Videojuegos/730529001 |
| Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente |
| |
| Asignaturas que continúan el temario |
| |

| Otros comentarios |
| --- |
| Para ayudar a conseguir un entorno sostenido inmediato y cumplir el objetivo de la acción número 5: ?Docencia e investigación ambiental y social saludable y sostenible? del Plan de Actuación Green Campus Ferrol se solicitará la entrega de trabajo documental en este ámbito en formato virtual y / o soporte informático (la entrega se realizará vía moodle o correo electrónico, en formato digital sin necesidad de imprimirlos). Si es necesario realizarlos en papel: no se utilizarán plásticos, se utilizarán impresiones a doble cara, se utilizará papel reciclado, se evitará la impresión de borradores y la importancia de los principios éticos relacionados con los valores de Se debe tener en cuenta la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales.Se aplicará la perspectiva de género en el sujeto, en el lenguaje, en las intervenciones, en la identificación, modificación y corrección de prejuicios sexistas y / o discriminación de género.Se facilitará la plena integración de alumnos / profesores con diversidad funcional. |

**(*) 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**