



Guía Docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	Marketing Estratégico de Videogames		Código	730529001
Titulación	Máster Universitario en Diseño, Desenvolvimento e Comercialización de Videogames			
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Ciencias da Computación e Tecnoloxías da Información			
Coordinación	Membela Pollán, Matías Enrique		Correo electrónico	matias.membela@udc.es
Profesorado	Castro Pena, Luz Membela Pollán, Matías Enrique Sánchez Amboage, Eva		Correo electrónico	maria.luz.castro@udc.es matias.membela@udc.es eva.sanchez.amboage@udc.es
Web				
Descripción xeral	O obxectivo da materia é que o alumnado domine os coñecementos planificación de marketing aplicados ao mercado de videogames. Con esta premisa centrarémonos na análise da demanda, a competencia e o comportamento do consumidor. O alumnado 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.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
A1	CE01 - Coñecer o funcionamiento e os actores do mercado de videogames
A2	CE02 - Manexarse de forma eficiente nas contornas socioeconómicas, tecnolóxicas, políticas e culturais do sector dos videogames
B1	CB6 - Posuir 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 saibam aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidas dentro de contextos más amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudio
B3	CB8 - Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrentarse 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 saibam 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 estudiando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirigido ou autónomo
B9	CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
C1	CT1 - Habilidades comunicativas e claridade de exposición oral e escrita
C2	CT2 - Capacidad de traballo persoal, organizado e planificado
C3	CT3 - Habilidade para a xestión da información
C4	CT4 - Capacidad de abstracción, análise, síntese e estruturación da información e as ideas
C5	CT5 - Asunción da importancia da aprendizaxe ao longo da vida e capacidade de autoaprendizaxe mediante a inquietude por buscar e adquirir novos coñecementos
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 - Capacidad para dirixir e xestionar equipos de persoas e grupos de empresa
C10	CT10 - Capacidad de traballo en equipo e facilidade para a integración en equipos multidisciplinares



Resultados da aprendizaxe				
Resultados de aprendizaxe			Competencias do título	
O obxectivo que se pretende conseguir é que o alumnado domine os procedementos e fases da creación e lanzamento de novos videoxogos co obxectivo de implementar unha estratexia de marca que o posicione no mercado. Neste ámbito desenvolveranse contidos, operativa industrial, comercial e de comunicación.		AP1 AP2	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP9	CP1 CP2 CP3 CP4 CP5 CP7 CP8 CP9 CP10

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE 1. INTRODUCIÓN	TEMA 1. INTRODUCCIÓN Á COMERCIALIZACIÓN NOS VIDEOXOGOS
PARTE 2. ANÁLISE DO ENTORNO	TEMA 2. ANÁLISE DO ENTORNO EMPRESARIAL E DA COMPETENCIA TEMA 3. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
PARTE 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	TEMA 4. SEGMENTACIÓN DO MERCADO E POSICIONAMIENTO TEMA 5. A INVESTIGACIÓN COMERCIAL TEMA 6. A ESTIMACIÓN DA DEMANDA DE MERCADO
PARTE 4. ESTRATEGIAS	TEMA 7. A FUNCIÓN DA ESTRATEGIA DE MERCADO TEMA 8. O PLAN DE MARKETING ESTRATÉXICO

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	20	50	70
Proba de resposta múltiple	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	1	13	14
Eventos científicos e/ou divulgativos	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	4	0	4
Sesión maxistral	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	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	Descripción



Traballos tutelados	O alumnado desenvolverá un traballo que será tutelado polo docente e por tanto terá apoio titorial. Formaranse grupos reducidos de alumnos (60% 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 desarolla 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 disponibilidade de tempo do alumno.
Proba de resposta múltiple	Test de respuesta múltiple individual (40% 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 cuestión.
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 presentacion, a través de medios audiovisuales. No se entregarán aos alumnos/as as diapositivas.

**Atención personalizada**

Metodoloxías	Descripción
Sesión maxistral	Os diferentes membros do grupo poderán consultar as dúbihdas correspondentes ao desenvolvemento dos casos prácticos/lecturas que deberán presentar ou expoñer.
Proba de resposta múltiple	
Traballos tutelados	Así mesmo, se se ten algunha dúvida relativa ao material explicado en clase, pódese consultar co docente no seu despacho ou fixar outro momento para aclarar dúbihdas e facilitar o seguimento do alumno.  Dispensa Académica. Acéptase. Os requisitos de traballo individual se levarán a cabo "online". 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	Descripción	Cualificación
Proba de respuesta múltiple	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	Exame tipo test con catro posibilidades, con preguntas sobre os contidos cubertos no curso.	40
Traballos tutelados	A1 A2 B1 B2 B3 B4 B5 B9 C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9 C10	Traballo de desenvolvemento e defensa dos contidos aplicados e centrado nos diferentes proxectos que se solicitan.	60

**Observacións avaliación**



- No desenvolvemento da parte práctica serán avaliados: Aplicación das bases teóricas. Calidade de presentación. Precisión, claridade de exposición e calidad das respostas. Fontes primarias e secundarias usadas. Revisión bibliográfica. - A nota mínima no exame tipo test, para que pondere co traballo tutelado, é de 4 puntos sobre 10.- 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, empregarase 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 acudirem 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 fechas compatible coa súa dedicación. - "A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación, unha vez comprobada, implicará directamente a cualificación de suspenso na convocatoria en que se cometía: o/a estudiante será cualificado con ?suspenso? (nota numérica 0) na convocatoria correspondente do curso académico, tanto se a comisión da falta se produce na primeira oportunidade como na segunda. Para isto, procederase a modificar a súa cualificación na acta de primeira oportunidade, se fose necesario".
- A convocatoria adiantada avaliarase do mesmo xeito que na convocatoria oficial; tanto en relación co traballo supervisado como co exame de opción múltiple. Se o proxecto non está rematado para entón, o alumno presentará o que circunstancias permitan nese momento.
- Os criterios de avaliación da segunda oportunidade son os mesmos que os da primeira oportunidade.

#### Fontes de información

Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"><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>- Roger, Best (2007). Marketing estratégico. Madrid: Pearson Prentice-Hall</li><li>- Santesmases, 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>- Wesley, D., y Barczak, G. (2010). Innovation and Marketing in the Video Game Industry: avoiding the trap. Surrey: GOWER</li><li>- Zackariasson, P., y Dymek, M. (2016). Video game marketing: a student textbook. London: Routledge</li></ul>
Bibliografía complementaria	

#### Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Desenvolvemento de Produtos e Marcas de Videogames/730529002

Materias que continúan o temario

Márketing Operativo de Videogames/730529022

Observacións



"Para axudar a acadar un ambiente inmediato sostido e cumplir o obxectivo da acción número 5." Educación e investigación ambiental e social sa e sostible "do" Plan de Acción do Campus Verde de Ferrol " - Green Campus:A entrega dos traballos documentais feitos neste asunto?: Pedirase en formato virtual e / ou soporte informático? Realizarase a través de Moodle, en formato dixital sen necesidade de imprimir? Se é necesario facelos en papel:&nbsp; &nbsp;- Os plásticos non serán utilizados&nbsp; &nbs;- As impresións sobre cara realizaranse.&nbsp; &nbs;- Usarase o papel reciclado.&nbsp; &nbs;- Evitarase a impresión de borradores.Débese ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores da sustentabilidade no comportamento persoal e profesional.

(\*)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