Guia docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	Desarrollo de Productos y Marcas de Videojuegos		Código	730529002
Titulación	Máster Universitario en Deseño, Desenvolvemento e Comercialización de Videoxogos			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de EmpresasCiencias da Computación e Tecnoloxías da InformaciónEmpresa			
Coordinador/a	Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	noelia.sandres@udc.es	
Profesorado	Castro Pena, Luz Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	maria.luz.castro@udc.es noelia.sandres@udc.es	
Web				
Descripción general	El objetivo principal de este asignatura de máster es presentar al alumnado la relevancia de las variables Producto y Marca, y el encaje de un desarrollo efectivo de las mismas en la competitiva industria de videojuegos. Para lograrlo, los estudiantes abordarán la investigación de políticas de productos; conocerán el proceso de innovación y desarrollo de productos; y aprenderán a gestionar las marcas y su valor en el diseño de videojuegos, en respuesta a las demandas de los principales grupos de interés en una industria global, creativa y muy cambiante.			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A3	CE03 - Conceptualizar la idea de un videojuego
A4	CE04 - Conocer el proceso de producción de un videojuego
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
B10	CG5 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con que deben enfrentarse
B12	CG7 - Trabajo en equipo. Capacidad de abordar proyectos en colaboración con otros estudiantes, asumiendo roles y cumpliendo compromisos de cara al grupo
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

C6	CT6 - Capacidad de enfrentarse a situaciones nuevas y utilizar el conocimiento, tecnología e información disponibles para resolver los problemas con los que debe de enfrentarse
C7	CT7 - Comprender y valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en la profesión y en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
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 del título		
Conocer los procedimientos y fases de la creación y lanzamiento de nuevos productos de videojuegos	AP3 AP4	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP6 BP9 BP10 BP12 BP14	CP1 CP2 CP3 CP4 CP6 CP7 CP8 CP9
Adquirir los conocimientos tanto teóricos como prácticos para el desarrollo de productos y marcas en el ámbito de los videojuegos, así como implementar una estrategia de marca que lo posicione en el mercado	AP3 AP4	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP6 BP9 BP10 BP12 BP14	CP1 CP2 CP3 CP4 CP6 CP7 CP8 CP9

Contenidos	
Tema	Subtema
PARTE I: FUNDAMENTOS Y GESTIÓN DE PRODUCTOS	Introducción: importancia de las variables producto y marca Innovación y desarrollo de nuevos productos Concepto de producto y gestión de la cartera de producto Ciclo de vida del producto
PARTE II: FUNDAMENTOS Y GESTIÓN DE MARCAS	Fundamentos del valor de marca Decisiones de marca

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competéncias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 B10 B12 B14 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	20	50	70

Prueba de respuesta múltiple	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	2	26	28
Sesión magistral	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	15	30	45
Atención personalizada		7	0	7
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**
Trabajos tutelados	Resolución de estudios de casos individuales y/o grupales. Los estudiantes participarán en tutorías presenciales donde recibirán atención personalizada para su elaboración, la cual requerirá de trabajo tutelado en el aula y autónomo fuera de ella. La exposición y presentación de los casos prácticos realizados será presencial y plenaria, de acuerdo con la planificación y fechas puestas a disposición de los estudiantes.
Prueba de respuesta múltiple	Los estudiantes serán examinados presencialmente de los contenidos de la materia a través de una prueba tipo test de respuesta múltiple en la que solamente una respuesta es correcta. Esta prueba se realizará preferiblemente a través de la plataforma Moodle.
Sesión magistral	Impartición presencial de los contenidos teóricos de la asignatura mediante la exposición oral, guiada con el uso de presentaciones y otros medios audiovisuales, que podrá ser complementada a través de conferencias invitadas o seminarios presenciales.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Trabajos tutelados	Ayudar al alumnado en el tratamiento y resolución de problemas en la preparación de los trabajos tutelados y en la exposición/presentación oral, tanto en el aula presencialmente como a través de tutorías síncronas realizadas virtualmente a través de la plataforma Teams; tanto en el caso de los estudiantes matriculados en régimen de dedicación a tiempo completo, como en el caso de los estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica.

Evaluación			
Metodologías	**Competéncias**	**Descripción**	**Calificación**
Trabajos tutelados	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 B10 B12 B14 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	Desarrollo y exposición/presentación de caso/s y trabajo/s práctico/s. Se valorará la asistencia, participación y preparación de calidad de las tutorías presenciales y virtuales de los casos prácticos a realizar, así como la creatividad y calidad formal y de contenido de los trabajos resultantes. La exposición/presentación de los trabajos resultantes será presencial, oral, plenaria, e individual o en equipo.	60

Prueba de respuesta múltiple	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	Examen presencial en formato test de respuesta múltiple en el que solamente una respuesta es correcta. El examen se realizará preferiblemente a través de la plataforma Moodle.	40

Observaciones evaluación
La nota final resultará de la suma de las notas totales obtenidas por el alumnado en las metodologías, sin requerirse nota mínima para aprobar cada una de ellas, y según los pesos indicados. Para aprobar la asignatura, tanto en la primera como en la segunda oportunidad, se requiere un mínimo de 5,00 puntos sobre 10 en total. Se aplicarán los mismos criterios de evaluación en la primera y segunda oportunidad así como en la convocatoria adelantada de diciembre. Para los estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica la ponderación para la calificación obtenida en el examen será del 100%. La realización fraudulenta de pruebas o actividades de evaluación implicará directamente la nota de '0' en la asignatura y en la convocatoria correspondiente, afectando por tanto a la primera y segunda oportunidad y con independencia de las calificaciones previamente obtenidas.

Fuentes de información	
Básica	
Complementária	- 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. - HUGUET RODRIGUEZ, J y LÓPEZ-HUERTA, J.J. (2012). Todo lo que hay que saber sobre videojuegos y marketing. Valencia: Wolters Klumer España - CARRILLO MARQUETA, J y SEBASTIÁN MORILLAS, A. (2010). Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos. Madrid: Esic - ULRICH. K. (2012). Diseño y desarrollo de productos. Mexico: Mcgraw-Hill - Armstrong, G y Kotler, P. (2018). Principios de marketing. Pearson, 17ª edición - FERNÁNDEZ DEL HOYO, A. (2009). Innovación y gestión de nuevos productos: una visión estratégica y práctica. Madrid: Pirámide - Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Madrid: Pirámide 6ª edición

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Marketing Estratégico de Videojuegos/730529001
Asignaturas que continúan el temario
Marketing Operativo de Videojuegos/730529022
Otros comentarios

1.- La entrega de los trabajos documentales que se realicen en esta materia: 1.1. Se solicitará en formato virtual y/o soporte informático. 1.2. Se realizará a través de Moodle, en formato digital sin necesidad de imprimirlos.1.3. De realizarse en papel: -No se emplearán plásticos.- Se realizarán impresiones a doble cara.- Se empleará papel reciclado.- Se evitará la impresión de borradores. 2.- Se debe hacer un uso sostenible de los recursos y la prevención de impactos negativos sobre el medio natural.3.- Se debe tener en cuenta la importancia de los principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales. 4.- Según se recoge en las distintas normativas de aplicación para la docencia universitaria se deberá incorporar la perspectiva de género en esta materia. 5.- Se trabajará para identificar y modificar perjuicios y actitud sexistas, y se influirá en el entorno para modificarlos y fomentar valores de respeto e igualdad. 6. Se deberán detectar situaciones de discriminación por razón de género y se propondrán acciones y medidas para corregirlas. 7. Se facilitará la plena integración del alumnado que por razón físicas, sensoriales, psíquicas o socioculturales, experimenten dificultades a un acceso idóneo, igualitario y provechoso a la vida universitaria.

(*) 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