



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2023/24
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 EmpresasCiencias da Computación e Tecnoloxías da InformaciónEmpresa			
Coordinador	Salido Andrés, Noelia	E-mail	noelia.sandres@udc.es	
Lecturers	Castro Pena, Luz	E-mail	maria.luz.castro@udc.es	
	Salido Andrés, Noelia		noelia.sandres@udc.es	
Web				
General description	O principal obxectivo desta materia de máster é achegar ao alumnado a relevancia das variables Produto e Marca, e ao encaixe dun efectivo desenvolvemento das mesmas na competitiva industria dos Videoxogos. Para logralo, o estudantado abordará a investigación da política de produtos; coñecerá o proceso de innovación e desenvolvemento de produtos; e aprenderá a xestionar as marcas e o seu valor no deseño de videoxogos, como resposta ás demandas dos principais grupos de interese nunha industria global, creativa, e moi cambiante.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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 haberá 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	
Coñecer os procedementos e fases da creación e lanzamento de novos produtos de videoxogos		AJ3	BJ1 CJ1
		AJ4	BJ2 CJ2
			BJ3 CJ3
			BJ4 CJ4
			BJ5 CJ6
			BJ6 CJ7
			BJ9 CJ8
			BJ10 CJ9
			BJ12
			BJ14
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	BJ1 CJ1
		AJ4	BJ2 CJ2
			BJ3 CJ3
			BJ4 CJ4
			BJ5 CJ6
			BJ6 CJ7
			BJ9 CJ8
			BJ10 CJ9
			BJ12
			BJ14

Contents	
Topic	Sub-topic
PARTE I: FUNDAMENTOS E XESTIÓN DE PRODUTOS	Introdución: importancia das variables produto e marca Innovación e desenvolvemento de novos produtos Concepto de produto e xestión da carteira de produto Ciclo de vida do produto
PARTE II: FUNDAMENTOS E XESTIÓN DE MARCAS	Fundamentos do valor de marca Decisións de marca

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	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	Resolución de casos prácticos individuais e/ou grupais. O alumnado participará en tutorías presenciais onde acadará atención persoalizada para a súa elaboración, a cal requirirá de traballo tutelado na aula e autónomo fora dela. A exposición e presentación dos casos prácticos realizados será presencial e plenaria de acordo á planificación e datas postas a disposición dos alumnos.
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 realízase 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 ao alumnado no tratamento e resolución de problemas na preparación dos traballos tutelados e na exposición/presentación oral, tanto na aula presencialmente como a través de titorías síncronas realizadas virtualmente a través da plataforma Teams; tanto no caso do estudantado matriculado en réxime de dedicación a tempo completo, como no caso do estudantado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica.

Assessment			
Methodologies	Competencies	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 realízase preferiblemente a través da plataforma Moodle.	40

Assessment comments



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

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

Para o estudantado 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, afectando por tanto á primeira e segunda oportunidade e con independencia das calificacións previamente obtidas.

Sources of information

Basic	
Complementary	- 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. Díaz de Santos. - HUGUET RODRIGUEZ, J y LÓPEZ-HUERTA, J.J. (2012). Todo lo que hay que saber sobre videojuegos y marketing. Valencia: Wolters Kluwer 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

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.- A entrega dos traballos documentais que se realicen nesta materia:1.1. Solicitarase en formato virtual e/ou soporte informático. 1.2. Realizarase a través de Moodle, en formato dixital sen necesidade de imprimilos.1.3. De se realizar en papel:-Non se empregarán plásticos.- Realizaranse impresións a dobre cara.- Empregarase papel reciclado.- Evitarase a impresión de borradores.2.- Débese facer un uso sostible dos recursos e a prevención de impactos negativos sobre o medio natural.3.- Débese ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores da sostenibilidade nos comportamentos persoais e profesionais. 4.- Segundo se recolle nas distintas normativas de aplicación para a docencia universitaria deberase incorporar a perspectiva de xénero nesta materia.5.- Traballarase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas, e influirase na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade. 6. Deberanse detectar situacións de discriminación por razón de xénero e proporanse accións e medidas para corrixilas. 7. 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..

(*)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.