



Guía Docente				
Datos Identificativos				2024/25
Asignatura (*)	Desenvolvemento de Produtos e Marcas de Videoxogos		Código	730529002
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas Ciencias da Computación e Tecnoloxías da Información Empresa			
Coordinación	Crespo Pereira, Verónica	Correo electrónico	veronica.crespo@udc.es	
Profesorado	Castro Pena, Luz	Correo electrónico	maria.luz.castro@udc.es	
	Crespo Pereira, Verónica		veronica.crespo@udc.es	
Web				
Descrición xeral	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.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Coñecer os procedementos e fases da creación e lanzamento de novos produtos de videoxogos	AP3 AP4	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP6 BP9 BP10 BP12 BP14	CP1 CP2 CP3 CP4 CP6 CP7 CP8 CP9
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	AP3 AP4	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP6 BP9 BP10 BP12 BP14	CP1 CP2 CP3 CP4 CP6 CP7 CP8 CP9

Contidos	
Temas	Subtemas



PARTE I: FUNDAMENTOS E XESTIÓN DE PRODUTOS	<p>Introdución: importancia das variables produto e marca</p> <p>Innovación e desenvolvemento de novos produtos</p> <p>Concepto de produto e xestión da carteira de produto</p> <p>Ciclo de vida do produto</p>
PARTE II: FUNDAMENTOS E XESTIÓN DE MARCAS	<p>Fundamentos do valor de marca</p> <p>Decisións de marca</p>

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 B10 B12 B14 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	27	54	81
Proba de resposta múltiple	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	2	26	28
Sesión maxistral	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	13	26	39
Atención personalizada		2	0	2

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	<p>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.</p> <p>A exposición e presentación dos casos prácticos realizados será presencial e plenaria dacordo á planificación e datas postas a disposición dos alumnos.</p>
Proba de resposta múltiple	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 realizarase preferiblemente a través da plataforma Moodle.
Sesión maxistral	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.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	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.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación



Traballos tutelados	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.	70
Proba de resposta múltiple	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. As respostas erróneas poderán penalizarse. O exame realizarase preferiblemente a través da plataforma Moodle. É imprescindible realizar o exame para aprobar a materia na primeira oportunidade.	30

### Observacións avaliación

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. Os alumnos que suspenderan na a primeira oportunidade poderán repetir ambas partes na segunda convocatoria para alcanzar o máximo de 10 puntos, se por contra deciden non presentarse a algunha das partes conservarase a nota obtida na primeira oportunidade. Para aprobar na segunda oportunidade requírese un total de 5 puntos sobre 10 da suma das dúas partes avaliadas.

Aplicaránse os mesmos criterios de avaliación na

primeira e segunda oportunidade. Na segunda oportunidade non se evaluará a proba oral, pasando a avaliarse o proxecto físico entregado cun peso do 100% da nota.

Para o estudiantado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial, dispensa académica e oportunidade adelantada a ponderación para a calificación obtida no examen será do 100%. A avaliación será cun exame tipo test (proba obxetiva de resposta múltiple) onde os erros penalizarán.

Todos os aspectos normativos relacionados con ?dispensa académica?, ?dedicación ao estudo?, ?permanencia? e ?fraude académica? rexeranse de acordo coa normativa académica vixente da UDC.

### Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	
<b>Bibliografía complementaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- HUGUET RODRIGUEZ, J y LÓPEZ-HUERTA, J.J. (2012). Todo lo que hay que saber sobre videojuegos y marketing. Valencia: Wolters Klumer España</li> <li>- CARRILLO MARQUETA, J y SEBASTIÁN MORILLAS, A. (2010). Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos. Madrid: Esic</li> <li>- ULRICH. K. (2012). Diseño y desarrollo de productos. Mexico: Mcgraw-Hill</li> <li>- Armstrong, G y Kotler, P. (2018). Principios de marketing. Pearson, 17ª edición</li> <li>- FERNÁNDEZ DEL HOYO, A. (2009). Innovación y gestión de nuevos productos: una visión estratégica y práctica. Madrid: Pirámide</li> <li>- Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Madrid: Pirámide 6ª edición</li> </ul>

### Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente



Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Márketing Estratéxico de Videoxogos/730529001
Materias que continúan o temario
Márketing Operativo de Videoxogos/730529022
Observacións
<p>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 realizarse en papel: - Non se empregarán plásticos. - Realizaranse impresións a dobre cara. - Empregarase papel reciclado. Evitarase a impresión de borradores. 2. Débese facer uso dos recursos e aplicacións para a prevención de impactos negativos sobre o medio natural. 3. Débese ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores de sustentabilidade nos comportamentos persoais e profesionais. 4. Segundo se recole 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 razóns físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais, experimenten dificultades a un acceso axeitado, igualitario e proveitoso á vida universitaria..</p>

(\*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