



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2022/23
Subject (*)	Audience and Players		Code	616G02010
Study programme	Grao en Creación Dixital, Animación e Videoxogos			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	1st four-month period	Fourth	Optional	4.5
Language	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Comesaña Comesaña, Patricia	E-mail	p.comesanac@udc.es	
Lecturers	Comesaña Comesaña, Patricia	E-mail	p.comesanac@udc.es	
Web				
General description	A materia permite ao alumnado comprender a importancia de crear produtos de animación e videoxogo enfocada a distintos públicos. Nela analizarán os perfís de consumidores destes produtos para comprender as súas motivacións, gustos e interese de modo que se definan as públicos/audiencias dunha maneira máis efectiva. Ponse especial énfase nas ferramentas para realizar esta prospectiva do mercado.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
A2	CE2 - Conocer y tener la capacidad de analizar el sector de la animación y del videojuego en su vertiente creativa y en su vertiente industrial, así como su evolución histórica.
A22	CE22 - Investigar y analizar la creación de contenidos digitales.
B2	CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
B3	CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
B4	CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B5	CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B10	CG5 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para su aplicación en la resolución de problemas.
B11	CG6 - Capacidad crítica y autocrítica. Necesaria en todo proceso creativo en el que se busca un compromiso con la calidad del trabajo, los resultados y las soluciones propuestas.
B12	CG7 - Trabajo en equipo. Capacidad de abordar proyectos en colaboración con otros estudiantes, asumiendo roles y cumpliendo compromisos de cara al grupo.
B13	CG8 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, integrando las diferentes partes del programa, relacionándolas y agrupándolas en el desarrollo de productos complejos.
C1	CT1 - Adequate oral and written expression in the official languages.
C3	CT3 - Using ICT in working contexts and lifelong learning.
C4	CT4 - Acting as a respectful citizen according to democratic cultures and human rights and with a gender perspective.
C5	CT5 - Understanding the importance of entrepreneurial culture and the useful means for enterprising people.
C6	CT6 - Acquiring skills for healthy lifestyles, and healthy habits and routines.
C7	CT7 - Developing the ability to work in interdisciplinary or transdisciplinary teams in order to offer proposals that can contribute to a sustainable environmental, economic, political and social development.
C8	CT8 - Valuing the importance of research, innovation and technological development for the socioeconomic and cultural progress of society.
C9	CT9 - Ability to manage times and resources: developing plans, prioritizing activities, identifying critical points, establishing goals and accomplishing them.



Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
O alumno será capaz de perfilar os tipos de públicos e de xogadores para poder realizar produtos máis competitivos. Así mesmo, aprenderase a ter en conta aos diferentes tipos de públicos e a súa relación cos diferentes soportes.	A2 A22	B2 B3 B4 B5 B10 B13	C1 C4 C8 C9
Aprender a estudar e definir os públicos aos que van orientados os diferentes produtos de animación e videoxogos.	A2 A22	B3 B4 B11 B12	C3 C7
O alumno será capaz de identificar xéneros e plataformas con perfís de públicos e xogadores	A2 A22	B3 B4	C3 C5 C6

Contents	
Topic	Sub-topic
Tipos de público e xogadores	1.1. Características dos consumidores de videoxogos 1.2. Clasificación dos xogadores 1.3. Psicoloxía do xogador 1.4. Análise de videoxogos e o seu compromiso
2. Audiencias de produtos de animación	2.1. Análise dos espectadores de produtos de animación 2.2. Públicos infantís versus públicos xuvenís e adultos 2.3. Características e tipos de produtos
Definición de target	3.1. Investigación de mercado 3.2. Ferramentas cualitativas e cuantitativas para definir comportamentos e perfís 3.3. Motivacións dos consumidores de animación e videoxogos 3.4. Descrición do buyer person e os seus obxectivos de experiencia
4. Perfís en función dos soportes	4.1. Análise dos segmentos do mercado 4.2. Públicos en función do novo modelo free to play e as novas audiencias 4.3. Pantallas e plataformas de consumo en función dos públicos 4.4. Estratexias transmedia no fluxo de produtos de animación e videoxogos enfocadas aos distintos públicos

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Mixed objective/subjective test	A2 A32 C4	1	0	1
Case study	A2 B2 B5 C1 C8	2	0	2
Supervised projects	A2 A22 B2 B3 B4 B5 B10 B12 B13 C1 C3 C5 C6 C7 C9	12	48	60
Speaking test	B2 B4 C1	2	8	10
Guest lecture / keynote speech	A2 B11 C1	12.5	25	37.5
Personalized attention		2	0	2

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies



Methodologies	Description
Mixed objective/subjective test	Proba de preguntas test e de resposta curta para avaliar os coñecementos adquiridos.
Case study	Casos aplicados que permitan comprender mellor de maneira prácticas os conceptos adquiridos a través de exemplos e situacións reais.
Supervised projects	Traballos prácticos en grupo ou individuais supervisados polo docente.
Speaking test	Exposición oral dos traballos prácticos.
Guest lecture / keynote speech	Exposición teórica que se complementa con exemplos, casos e lecturas que propostas polo docente.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech Mixed objective/subjective test Case study Supervised projects	Titorías individuais ou grupais para realizar seguimento dos proxectos e a docencia. O alumno ou grupo solicitará cita previa para estas titorías.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Speaking test	B2 B4 C1	Defensa dos proxectos segundo as indicacións da docente.	20
Mixed objective/subjective test	A2 A32 C4	Proba mixta con preguntas tipo test e preguntas de desenvolvemento.	40
Supervised projects	A2 A22 B2 B3 B4 B5 B10 B12 B13 C1 C3 C5 C6 C7 C9	O desenvolvemento de traballos tutelados onde o alumno deberá resolver unha proposta práctica a partir do proxecto proposto pola docente.	40

Assessment comments
A teoría supón o 40% da nota e a práctica un 60% (traballos e proba oral) Para superar a materia deben estar aprobadas a dúas partes: teoría e práctica. Para superar a práctica, os alumnos deberán superar todas e cada unha das prácticas. A forma de valoración na convocatoria extraordinaria realizarase da mesma forma que a convocatoria de ordinaria. Os alumnos deberán entregar os traballos prácticos segundo os criterios estipulados polo docente. Acción contra o plaxio. A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de "0" suspenso na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación para a convocatoria extraordinaria. Os estudantes con dispensa académica deben contactar co profesor ao comezo do curso, vía Moodle ou correo electrónico, para acordar un itinerario personalizado para compensar as ausencias das clases máxistras e as horas de traballo práctico. As faltas de ortografía penalizan a nota final.

Sources of information



Basic	- Sauco, A. y Lozano, E (2021). El Viaje del Jugador: Guía de Diseño de Videojuegos. . Independently published - Tejeiro, R. y Pelegrina, M. (2008). La psicología de los videojuegos. Un modelo de investigación. . Ediciones Aljibe. - Muriel, D. (2018). Identidad gamer videojuegos y construcción sentido sociedad.. Anaïtgames - Aranda, D. (2015). Game & play: diseño y análisis del juego, el jugador y el sistema lúdico.. Games User research. Oxford University Press. - Drachen, A. (2018). Games User research.. Oxford University Press.
Complementary	- Perotti Prado, M. (2020). Diseño de videojuegos: técnicas y ejercicios prácticos. Ra-Ma.

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus
Advertisement for Animation and Video Games/616G02011
Other comments

(*)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.