



Guía Docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Prezos e Distribución de Animación e Videoxogos		Código	616G02045
Titulación	Grao en Creación Dixital, Animación e Videoxogos			
Descriptoros				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Losada López, José María	Correo electrónico	jose.maria.losada@udc.es	
Profesorado	Losada López, José María	Correo electrónico	jose.maria.losada@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O obxectivo da materia é que o alumno domine os coñecementos planificación de márketing aplicados ao mercado de videoxogos. Con esta premisa centrarémonos na análise da demanda, a competencia e o comportamento do consumidor. O alumno 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
A18	CE18 - Conocer las herramientas necesarias para captar información del mercado y conocer a los consumidores.
A32	CE32 - Ser capaz de analizar problemas y tomar decisiones en entornos empresariales y de comercialización.
A33	CE33 - Manejar los conceptos y técnicas empleados en las diferentes áreas funcionales de una empresa de nueva creación y entender las relaciones que existen entre los objetivos y las políticas empresariales.
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
B6	CG1 - Capacidad de organización y planificación. Especialmente en el planteamiento de trabajos conducentes a la creación de los contenidos audiovisuales digitales que componen una producción de animación o un videojuego.
B9	CG4 - Conocer los procedimientos, destrezas y metodologías necesarios para la adaptación del proceso creativo al medio digital y la producción de obras artísticas a través de tecnologías específicas.
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 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C3	CT3 - Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	CT4 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía respectuosa coa cultura democrática, os dereitos humanos e a perspectiva de xénero.
C5	CT5 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.



C6	CT6 - Adquirir habilidades para a vida e hábitos, rutinas e estilos de vida saudables.
C7	CT7 - Desenvolver a capacidade de traballar en equipos interdisciplinares ou transdisciplinares, para ofrecer propostas que contribúan a un desenvolvemento sostible ambiental, económico, político e social.
C8	CT8 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.
C9	CT9 - Ter a capacidade de xestionar tempos e recursos: desenvolver plans, priorizar actividades, identificar as críticas, establecer prazos e cumprilos.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias do título	
O obxectivo que se pretende conseguir é que o alumno domine os procedementos e fases da creación e lanzamento de novos videoxogos co obxectivo de implementar unha estratexia de prezos e distribución que o posicione no mercado. Neste ámbito desenvolveranse contidos, operativa industrial e comercial.		A18	B2
		A32	B3
		A33	B4
			B5
			B6
			B9
			B11
			B12
			B13

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE 1. INTRODUCCIÓN	TEMA 1. INTRODUCCIÓN Á COMERCIALIZACIÓN DOS VIDEOXOGOS
PARTE 2. ANÁLISE DO ENTORNO	TEMA 2. ANÁLISE DO ENTORNO EMPRESARIAL E DA COMPETENCIA TEMA 3. COMPORTAMIENTO DO CONSUMIDOR TEMA 4. SEGMENTACIÓN DO MERCADO DE VIDEOXOGOS
PARTE 3. ESTRATEXIAS DE MERCADO	TEMA 5. ESTRATEXIAS DE PRECIO NO MERCADO DE ANIMACIÓN E VIDEOXOGOS TEMA 6. ESTRATEXIAS DE DISTRIBUCIÓN E SELECCIÓN DE CANAIS NO MERCADO DA ANIMACIÓN E VIDEOXOGOS

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A18 A32 A33 B2 B3 B4 B5 B6 B11 B12 B13 C1 C3 C7 C9	19.5	48.75	68.25
Proba de resposta múltiple	A32 A33 B13 C4 C5	1	13	14
Eventos científicos e/ou divulgativos	B3 C8	2.5	0	2.5
Presentación oral	B2 B3 B4 B6 B11 C1 C3 C9	0.5	1.25	1.75
Sesión maxistral	A32 B9 B11 C5 C6 C8	6	18	24
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	Os alumnos desenvolverán un traballo que será tutelado polo docente e por tanto terá apoio tutorial. Formaranse grupos reducidos de alumnos (70% 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 desarrolla 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 dispoñibilidade de tempo do alumno.
Proba de resposta múltiple	Test de resposta múltiple individual (30% de la nota final). Cada pregunta mal contestada penaliza a cualificación da proba (tres preguntas mal contestadas contrarrestan unha correcta).
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.
Presentación oral	Defensa dos contidos aplicados nos diferentes proxectos que se solicitan.
Sesión maxistral	Explicación dos contidos do programa teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentación, a través de medios audiovisuais.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Os diferentes membros do grupo poderán consultar as dúbidas correspondentes ao desenvolvemento dos casos prácticos/lecturas que deberán presentar ou expoñer. Así mesmo, se se ten algunha dúbida relativa ao material explicado en clase, pódese consultar co docente no seu despacho ou fixar outro momento para aclarar dúbidas e facilitar o seguimento do alumno.
Proba de resposta múltiple	
Traballos tutelados	

Avaliación

Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Proba de resposta múltiple	A32 A33 B13 C4 C5	Exame tipo test con catro posibilidades, con preguntas sobre os contidos cubertos no curso.	40
Traballos tutelados	A18 A32 A33 B2 B3 B4 B5 B6 B11 B12 B13 C1 C3 C7 C9	Traballo de desenvolvemento dos contidos aplicados e centrado nos diferentes proxectos que se solicitan.	40
Presentación oral	B2 B3 B4 B6 B11 C1 C3 C9	Defensa dos contidos aplicados nos diferentes proxectos que se solicitan.	20

Observacións avaliación



No desenvolvemento da parte práctica serán avaliados: Aplicación das bases teóricas. Calidade de presentación. Precisión, claridade de exposición e calidade das respostas. Fontes primarias e secundarias usadas. Revisión bibliográfica. 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 acudir 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.

Fontes de información

Bibliografía básica	- Zackariasson, P., y Dymek, M. (2016). Video game marketing: a student textbook. London: Routledge - Santesmases, M. (2012). Marketing: conceptos y estrategias. Madrid: Pirámide - Kotler, P. y Armstrong, G. (2004). Introducción al Marketing, 10ª ed. Madrid: Pearson-Prentice. - Carrillo Marqueta, J., y Sebastián Morillas, A. (2010). Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos. Madrid: ESIC Editorial - Huguet Rodríguez, J., y González López-Huerta, J. J. (2012). Todo lo que hay que saber de videojuegos y marketing.. Madrid: Wolters Kluwer. - Martí Parreño, José (2010). Marketing y videojuegos. Madrid: ESIC Editorial - Wesley, D., y Barczak, G. (2010). Innovation and Marketing in the Video Game Industry: avoiding the trap. Surrey: GOWER - Munuera Alemán, J.L. y Rodríguez Escudero, A.I. (2012). Estrategias de Marketing. Madrid: ESIC Editorial
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*)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 de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías