



Guía Docente				
Datos Identificativos			2018/19	
Asignatura (*)	Desenvolvemento de Produtos e Marcas de Videoxogos	Código	730529002	
Titulación	Máster Universitario en Deseño, Desenvolvemento e Comercialización de Videoxogos			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuadrimestre	Primeiro	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de EmpresasEmpresa			
Coordinación	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
Profesorado	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
	Sánchez Amboage, Eva		eva.sanchez.amboage@udc.es	
Web				
Descrición xeral	A materia "Desenvolvemento de Produtos e Marcas de Videoxogos" conta cos seguintes obxectivos que axudan a describir a materia: 1. Introducir ao alumno na investigación da política de produtos 2. Coñecer o proceso de innovación e desenvolvemento de produtos 3. Xestionar as marcas e o seu valor			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
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 coñecidas 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

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

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE I: FUNDAMENTOS E XESTIÓN DE PRODUTOS	Tema 1.Introdución: importancia das variables produto e marca Tema 2.Innovación e desenvolvemento de novos produtos Tema 3.Concepto de produto e xestión da carteira de produto Tema 4.Ciclo de vida do produto
PARTE II: FUNDAMENTOS E XESTIÓN DE MARCAS	Tema 5. Fundamentos do valor de marca Tema 6. Decisións de marca (I) Tema 7. Decisións de marca (II): a marca nos mercados internacionais

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / 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	25	50	75



Proba de resposta múltiple	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	2	24	26
Sesión maxistral	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	17	17	34
Atención personalizada		15	0	15
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Resolución de caso ou traballo práctico por parte do grupo
Proba de resposta múltiple	Test de resposta múltiple individual
Sesión maxistral	Explicación dos contidos do programa teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentacións, a través de medios audiovisuais

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Nesta materia aceptase a dispensa académica. Para o seguimento da mesma pediranse o/s traballo/s prácticos de forma online. A presentación do traballo será presencial ou online.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	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 defensa de caso/s e traballo/s práctico/s	70
Proba de resposta múltiple	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	Test de resposta múltiple individual	30

Observacións avaliación

Fontes de información	
Bibliografía básica	FERRÉ 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 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: Madrid: Pirámide 6ª ed Armstrong, G y Kotler, P. (2018). Principios de Marketing. Pearson, 17ª ed.
Bibliografía complementaria	

[illegible]

(*)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