



Guia docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Desarrollo de Productos y Marcas de Videojuegos		Código	730529002
Titulación	Máster Universitario en Deseño, Desenvolvemento e Comercialización de Videoxogos			
Descriptor				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinador/a	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				
Descripción general	La asignatura "Desarrollo de Productos y Marcas de Videojuegos" cuenta con los siguientes objetivos que ayudan a describir la materia: 1. Introducir al alumno en la investigación de la política de productos 2. Conocer el proceso de innovación y desarrollo de productos 3. Gestionar las marcas y su valor			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A3	CE03 - Conceptualizar la idea de un videojuego
A4	CE04 - Conocer el proceso de producción de un videojuego
B1	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B2	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B3	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
B4	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
B5	CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
B6	CG1 - Capacidad de organización y planificación, especialmente en el planteamiento de trabajos conducentes a la creación de los contenidos audiovisuales digitales que componen un videojuego
B9	CG4 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
B10	CG5 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con que deben enfrentarse
B12	CG7 - Trabajo en equipo. Capacidad de abordar proyectos en colaboración con otros estudiantes, asumiendo roles y cumpliendo compromisos de cara al grupo
B14	CG9 - Capacidad de diseño y gestión de proyectos, resolviendo los aspectos narrativos, técnicos y de gestión del proyecto de videojuego
C1	CT1 - Habilidades comunicativas y claridad de exposición oral y escrita
C2	CT2 - Capacidad de trabajo personal, organizado y planificado
C3	CT3 - Habilidad para la gestión de la información
C4	CT4 - Capacidad de abstracción, análisis, síntesis y estructuración de la información y las ideas



C6	CT6 - Capacidad de enfrentarse a situaciones nuevas y utilizar el conocimiento, tecnología e información disponibles para resolver los problemas con los que debe de enfrentarse
C7	CT7 - Comprender y valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en la profesión y en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
C8	CT8 - Conocimiento y utilización de las nuevas tecnologías necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida
C9	CT9 - Capacidad para dirigir y gestionar equipos de personas y grupos de empresa

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje		Competencias del título	
Conocer los procedimientos y fases de la creación y lanzamiento de nuevos productos de videojuegos		AP3	BP1 CP1
		AP4	BP2 CP2
			BP3 CP3
			BP4 CP4
			BP5 CP6
			BP6 CP7
			BP9 CP8
			BP10 CP9
			BP12
			BP14
Adquirir los conocimientos tanto teóricos como prácticos para el desarrollo de productos y marcas en el ámbito de los videojuegos, así como implementar una estrategia de marca que lo posicione en el mercado		AP3	BP1 CP1
		AP4	BP2 CP2
			BP3 CP3
			BP4 CP4
			BP5 CP6
			BP6 CP7
			BP9 CP8
			BP10 CP9
			BP12
			BP14

Contenidos	
Tema	Subtema
PARTE I: FUNDAMENTOS Y GESTIÓN DE PRODUCTOS	Tema 1.Introducción: importancia de las variables producto y marca Tema 2.Innovación y desarrollo de nuevos productos Tema 3.Concepto de producto y gestión de la cartera de producto Tema 4.Ciclo de vida del producto
PARTE II: FUNDAMENTOS Y GESTIÓN DE MARCAS	Tema 5. Fundamentos del valor de marca Tema 6. Decisiones de marca (I) Tema 7. Decisiones de marca (II): la marca en los mercados internacionales

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 B10 B12 B14 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	20	50	70



Prueba de respuesta múltiple	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	2	26	28
Sesión magistral	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	15	30	45
Atención personalizada		7	0	7
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Resolución de caso o trabajo práctico por parte del grupo
Prueba de respuesta múltiple	Test de respuesta múltiple individual
Sesión magistral	Explicación de los contenidos del programa teórico de la materia mediante la exposición oral, guiada con el uso de presentaciones, a través de medios audiovisuales

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	En esta materia se acepta dispensa académica. Para seguimiento de la misma se pedirán los trabajos prácticos de forma online. La presentación del trabajo será presencial u online.

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 B10 B12 B14 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	Desarrollo y defensa de caso/s y/o trabajo práctico.	70
Prueba de respuesta múltiple	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	Test de respuesta múltiple individual.	30

Observaciones evaluación

Fuentes de información	
Básica	



Complementaria	- 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 - 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 - Armstrong, G y Kotler, P. (2018). Principios de marketing. Pearson, 17ª edición
-----------------------	--

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Marketing Estratégico de Videojuegos/730529001

Asignaturas que continúan el temario

Marketing Operativo de Videojuegos/730529022

Otros comentarios

Para ayudar a conseguir un entorno inmediato sostenido y cumplir con el objetivo de la acción número 5: "Docencia e investigación saludable y sustentable ambiental y social" del "Plan de Acción GreenCampus Ferrol" La entrega de los trabajos documentales que se realicen en esta materia: Se solicitarán en formato virtual y/o soporte informático; Se realizará a través de Moodle, en formato digital sin necesidad de imprimirlos; Encaso de ser necesario realizarlos en papel: No se emplearán plásticos; Se realizarán impresiones adoble cara; Se empleará papel reciclado; Se evitará la impresión de borradores

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías