



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
Subject (*)	Brand Design and Development		Code	730529002
Study programme	Máster Universitario en Deseño, Desenvolvemento e Comercialización de Videoxogos			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatory	6
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Análise Económica e Administración de EmpresasEmpresa			
Coordinador	Blazquez Lozano, Felix	E-mail	felix.blazquez@udc.es	
Lecturers	Blazquez Lozano, Felix Sánchez Amboage, Eva	E-mail	felix.blazquez@udc.es eva.sanchez.amboage@udc.es	
Web				
General description	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			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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 coñecidos 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

Learning outcomes			
Learning outcomes		Study programme competences	
Coñecer os procedementos e fases da creación e lanzamento de novos produtos de videoxogos		AJ3	BJ1 CJ1
		AJ4	BJ2 CJ2
			BJ3 CJ3
			BJ4 CJ4
			BJ5 CJ6
			BJ6 CJ7
			BJ9 CJ8
			BJ10 CJ9
			BJ12
			BJ14
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		AJ3	BJ1 CJ1
		AJ4	BJ2 CJ2
			BJ3 CJ3
			BJ4 CJ4
			BJ5 CJ6
			BJ6 CJ7
			BJ9 CJ8
			BJ10 CJ9
			BJ12
			BJ14

Contents	
Topic	Sub-topic
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

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 B10 B12 B14 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	20	50	70
Multiple-choice questions	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	2	26	28



Guest lecture / keynote speech	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	15	30	45
Personalized attention		7	0	7
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Supervised projects	Resolución de caso ou traballo práctico por parte do grupo
Multiple-choice questions	Test de resposta múltiple individual
Guest lecture / keynote speech	Explicación dos contidos do programa teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentacións, a través de medios audiovisuais

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects	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.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Supervised projects	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
Multiple-choice questions	A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B9 B10 C1 C2 C3 C4 C6 C7 C8 C9	Test de resposta múltiple individual	30

Assessment comments

Sources of information	
Basic	
Complementary	- 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

Recommendations



Subjects that it is recommended to have taken before
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Strategic Marketing of Video Games/730529001
Subjects that continue the syllabus
Video Game Operative Marketing/730529022
Other comments
Para axudar a conseguir unha contorna inmediata sostida e cumprir co obxectivo da acción número 5: ?Docencia e investigación saludable e sustentable ambiental e social? do "Plan de Acción Green Campus Ferrol" a entrega dos traballos documentais que se realicen nesta materia: Solicitaranse en formato virtual e/ou soporte informático Realizarase a través de Moodle, en formato dixital sen necesidade de imprimilos En caso de ser necesario realízalos en papel: Non se empregarán plásticos Realizaranse impresións adoble cara Empregarase papelreciclado Evitarase a impresión de borradores

(*)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.