

ESNE

**UNIVERSIDAD
DE DISEÑO Y
TECNOLOGÍA**

Planificación de la Docencia

**Grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos y
Entornos Virtuales**

Gestión Empresarial de Proyectos de Videojuegos

Guía Docente
Curso Académico 2022/2023

DATOS DE LA ASIGNATURA

Carácter de la asignatura	Optativa
Créditos ECTS	6
Curso y Semestre	4º curso - Segundo Semestre
Modalidad de impartición	Presencial
Idioma de impartición	Castellano

PROFESORADO

Fernando de Rada Briega fernando.rada@esne.es

Javier Pascual Soriano javier.pascual@esne.es

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL TÍTULO

Conocimientos o contenidos

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Conocer los elementos y recursos necesarios que intervienen en el proceso de diseño y desarrollo de videojuegos y entornos virtuales.
- Buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.
- Adquirir conocimientos básicos de emprendedor y de los entornos profesionales.
- Identificar los modelos y estrategias de negocio, comercialización, financiación, monetización, distribución y marketing propios de la industria del videojuego y sus creaciones digitales.

Habilidades o destrezas

- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Elegir las estrategias, las herramientas y los momentos que considere más efectivos para aprender y poner en práctica de manera independiente lo que ha aprendido.
- Adaptarse a los cambios conceptuales, instrumentales y del entorno laboral a partir de la formación recibida.

- Gestionar eficientemente el tiempo y los recursos.
- Utilizar materiales, recursos y tecnologías de manera responsable, segura y eficiente.
- Comunicar y expresarse con confianza y creatividad en diversas lenguas, teniendo en cuenta el receptor y el medio.

Competencias

- 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.
- Proponer y elaborar soluciones nuevas y originales que añadan valor a problemas planteados, incluso de ámbitos diferentes al propio del problema.

CONTENIDOS

- Introducción al Marketing en Videojuegos.
 1. Segmentación
 2. Targeting y posicionamiento de producto.
- Modelos de negocio en la Industria del Videojuego.
- “Free-to-play”.
 1. El modelo de negocio hegemónico en la Industria.
 2. Estrategias fundamentales.
 3. Adquisición, retención y monetización de usuarios.
- Cómo hacer un “pitch” a un inversor.
- Content Marketing y Social Media. Estrategias de promoción en videojuegos.
- Gestión y generación de producto completo, desde la observación hasta producto final.
- Business Model Canvas, plan de negocio y puesta en valor.
- Análisis financiero.

TEMARIO

1. Introducción al Marketing en Videojuegos.
2. Modelos de Negocio en la Industria del Videojuego.
3. “Free-to-play”.
4. Cómo hacer un “pitch”.
5. Mecanismos de promoción a través de social media
6. Introducción a la Gestión de Producto.
7. El Producto Completo.
8. Elaboración del Plan de Negocio mediante el Business ModelCanvas.
9. Propuesta de Valor en el Business ModelCanvas.
10. Análisis financiero.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

A la superación de esta asignatura, el estudiante será capaz de:

- Conocer los instrumentos básicos del marketing mix, relacionándolos con las estrategias esenciales en el sector, como diferenciación, especialización o crecimiento.
- Conocer los diferentes modelos de negocio en la industria.
- Presentar los proyectos ante los diferentes actores clave de la Industria, como publishers e inversores, enfocando la forma y contenido de la información en la dirección esperada por éstos.
- Conocer los mecanismos habituales de financiación en la industria del videojuego.
- Conocer las bases conceptuales necesarias para dotar a los productos de elementos diferenciales, y enfocarlos a una audiencia desde una perspectiva de marketing.
- Manejar las estrategias de promoción utilizando Social Media, vinculadas al marketing mix específico de cada proyecto.
- Desarrollar un plan de negocio que considere de forma exhaustiva todas las unidades de gasto, así como las previsiones de ingresos basadas en alguno de los modelos de negocio de la Industria.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesión teórica presencial: clases teóricas presenciales impartidas por profesores en el aula.	45	100
Trabajos o casos prácticos: en cada asignatura se proponen trabajos o casos prácticos donde el estudiante debe analizar la información, detectar aspectos relevantes, tomar decisiones o proponer soluciones para mejorar la situación. Su realización será en el aula o bien pueden plantearse como entregas futuras dentro de los plazos acordados y medios establecidos.	10	100
Debates: los estudiantes aportan experiencias, comparten e inician discusiones constructivas en el aula.	5	100
Realización de las prácticas externas.		
Elaboración de la memoria de prácticas.		
Realización del Trabajo Fin de Grado y preparación de la defensa.		
Tutoría presencial: el estudiante acude a tutorías presenciales con el profesor.	10	0
Trabajo autónomo: es el aprendizaje personal del estudiante a través del estudio de los contenidos de la asignatura y de la lectura y análisis de materiales complementarios.	76	0
Realización del examen final presencial.	4	100

METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral presencial: el profesor utiliza la exposición para la	X
--	---

enseñanza de conceptos, teorías, en el aula.	
Aprendizaje basado en trabajos y/o casos prácticos: el profesor propone trabajos o casos prácticos para que los estudiantes los analicen y resuelvan, aplicando los contenidos aprendidos. Los trabajos se plantean para su realización en el aula, o alternativamente como entregas futuras.	X
Aprendizaje colaborativo a través del debate en el aula: el profesor plantea temas para que los estudiantes debatan, aporten ideas o experiencias, propongan soluciones y compartan conocimientos en el aula.	X
Aprendizaje en la empresa: el profesor realiza el seguimiento del aprendizaje del estudiante en un entorno real.	
Aprendizaje basado en proyectos: el profesor analiza y tutoriza el proyecto definido inicialmente por el estudiante, para garantizar que el estudiante adquiere las competencias necesarias definidas en la asignatura.	
Tutorías presenciales: el profesor resuelve las dudas sobre la asignatura.	X

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Examen final presencial individual.	50-70%
Evaluación de trabajos o casos prácticos realizados en el aula o como entregas planificadas.	15-20%
Evaluación de la participación en los debates.	10-20%
Evaluación de las prácticas por el tutor de la empresa.	
Evaluación de la memoria de las prácticas por el tutor académico.	
Evaluación del Trabajo Fin de Grado por el tutor académico.	
Evaluación de la defensa del Trabajo Fin de Grado ante un Tribunal.	
Asistencia y participación en clase.	5-10%

BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

- Ries, E. (2011). The Lean Startup. New York: Crown Business.
- Luton, W. (2013). Free-to-Play: Making Money From Games You Give Away. New Riders.
- Moore, G. A. (2007). Dealing with Darwin: How great companies innovate at every phase of their evolution. Strategic Direction, 23(9).
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley and Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., et al (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. John Wiley and Sons.
- Blank, S. (2012). The Startup Owner's Manual: The Step-by-step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch.

Bibliografía complementaria

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión es muy importante!

UDIT realiza un estudio periódico para evaluar y mejorar la satisfacción de los estudiantes con la actividad docente que los profesores desarrollan en las asignaturas, el Trabajo Fin de Grado, las Prácticas Académicas Externas, la titulación y los servicios de apoyo.

Todas las encuestas estarán disponibles en tu campus virtual, garantizando el anonimato en las respuestas. Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.

udit.es



**UNIVERSIDAD
DE DISEÑO Y
TECNOLOGÍA**

LA
REVOLUCIÓN
DE **ESNE**



Premios
Nacionales
de **Innovación**
y de **Diseño**

