

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Marketing de Videojuegos
Titulación	Grado en Diseño de Videojuegos
Escuela/ Facultad	Arquitectura, ingeniería y diseño - Campus creativo
Curso	Tercero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Luis Gutiérrez Tamurejo

2. PRESENTACIÓN

Marketing de videojuegos es una asignatura que concierne de manera específica las realidades de la comunicación durante el desarrollo de un videojuego y su posicionamiento en un mercado competitivo para una comercialización exitosa. Se exploran las diferentes pautas para maximizar la exposición en medios de comunicación de masas y aumentar el público potencial del producto, manteniendo un discurso veraz y congruente con las posibilidades del estudio de producción.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1: 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.
- 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.
- 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.
- CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un

público tanto especializado como no especializado.

- CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias transversales:

- CT01: Aprendizaje Autónomo: Habilidad para 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.
- CT02: Autoconfianza: Capacidad para valorar nuestros propios resultados, rendimiento y capacidades con la convicción interna de que somos capaces de hacer las cosas y los retos que se nos plantean.
- CT03: Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones: ser capaz de valorar y entender posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera.
- CT05: Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, para utilizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en situaciones lo más parecidas posibles a la realidad de la profesión para la cual se están formando.
- CT06: Comunicación oral/ comunicación escrita: capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT12: Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.
- CT16: Toma de decisiones: Capacidad para realizar una elección entre las alternativas o formas existentes para resolver eficazmente diferentes situaciones o problemas.

Competencias específicas:

- CE4: Capacidad para analizar un contexto, y en base a los datos recogidos, tomar decisiones sobre el proyecto digital de videojuegos, en función del público objetivo y el modelo de negocio establecido.
- CE5: Poseer conocimientos básicos de economía, marketing y comercialización para la gestión de proyectos de videojuegos.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Conocer el estado y las tendencias de la industria del videojuego.
- RA2: Capacidad de comercializar y publicitar un producto de videojuegos.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT01, CT02, CT03, CT05, CT06, CT12, CT16, CE4, CE5	RA1. Conocer el estado y las tendencias de la industria del videojuego
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT01, CT02, CT03, CT05, CT06, CT12, CT16, CE4, CE5	RA2: Capacidad de comercializar y publicitar un producto de videojuegos.

4. CONTENIDOS

La materia está dividida en cuatro unidades de aprendizaje (UA), las cuales, a su vez, se dividen en distintos puntos. Además, el conjunto de los objetivos que se plantearon globalmente para el módulo se vincula específicamente con el desarrollo de cada unidad.

1. Introducción al Marketing de Videojuegos
 - 1.1. Conceptos del marketing
 - 1.2. Teoría general sobre el marketing
2. El videojuego como producto
 - 2.1. El producto en el marketing
3. El cliente
 - 3.1. El cliente en el marketing
 - 3.2. El jugador
 - 3.3. El cliente de videojuegos
 - 3.4. Target y segmentación
 - 3.5. Copywriting
4. El precio
 - 4.1. El precio en el marketing
 - 4.2. El precio en el videojuego
5. La promoción: Medios y formatos
 - 5.1. Formatos en el marketing de videojuegos
 - 5.2. Técnicas de marketing en videojuegos
 - 5.3. Las redes sociales
 - 5.4. La prensa

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller.
- Aprendizaje basado en proyectos (PBS)

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	30h
Ejercicios prácticos y resolución de problemas	17h
Exposición oral de trabajos	4,5h
Investigaciones y proyectos	4,5h
Informes y escritos	10h
Actividades en talleres y laboratorios	6h
Trabajo autónomo	50h
Debates y coloquios	8h
Tutoría y seguimiento académico	18h

Pruebas de conocimiento	2
TOTAL	150

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	30
Ejercicios prácticos y resolución de problemas	17
Exposición oral de trabajos	4,5
Investigaciones y proyectos	4,5
Informes y escritos	10
Actividades en talleres y laboratorios	6,5
Trabajo autónomo	50
Debates y coloquios	8
Tutoría y seguimiento académico	18
Pruebas de conocimiento	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	60
Entrega de y/o presentación de trabajos	15
Proyectos (mediante evaluación continua)	25

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	60
Entrega de y/o presentación de trabajos	15
Proyectos (mediante evaluación continua)	25

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Ficha de producto	11/11/2024
Análisis de producto	2/12/2024
Presskit y Plan general de marketing	12/01/2025

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Acks, W. (Dirección). (2020). High Score [Película].
- Boscá, D. (2021). Yabai! Grandes títulos que se quedaron en Japón, Volúmen 2. Sevilla: Héroes de Papel.
- Cañestro, C. (20 de 7 de 2020). Juegos ADN. Obtenido de Animal Crossing: Capitana Marvel
- (Brie Larson) revela cuál es su personaje favorito:

- <https://juegosadn.economista.es/brie-larson-revela-cual-es-su-personaje-de-animalcrossing-favorito-no-120426/>
- Cataloups, M. M. (s.f.). Retro Maquinitas. Obtenido de Mattel Intellivision:
- <https://retromaquinitas.com/intellivision/>
- Editorial. (5 de 12 de 2006). Players4Players. Obtenido de Amparo Baró se pone a los mandos de la Nintendo DS: http://www.players4players.com/nota_de_prensa/1556/amparobaro-se-pone-a-los-mandos-de-la-nintendo-ds/
- Editorial. (3 de 12 de 2007). Vidaextra. Obtenido de Willy Toledo anuncia 'World of Warcraft': <https://www.vidaextra.com/pc/willy-toledo-anuncia-world-of-warcraft>
- Gómez, J. R. (2017). Final Round: El Legado de Street Fighter. Sevilla: Héroes de Papel.
- González, J. M. (28 de 9 de 2012). Vandal. Obtenido de Historia de las revistas de juegos en España: <https://vandal.elespanol.com/reportaje/historia-de-las-revistas-de-juegos-en-espana>
- Gorges, F. (2019). La Historia de Nintendo Vol.3. Sevilla : Héroes de Papel.
- Harris, B. J. (2017). Console Wars. Sevilla: Héroes de Papel.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
 2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
 3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
 4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.
- 8, Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.