

DOBLE GRADO EN INFORMÁTICA DE GESTIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN/GRADO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE VIDEOJUEGOS

107512 - EMPRESAS: ESTUDIO DE CASOS

Información general

- Tipo de asignatura : Obligatoria
- Coordinador : Alfons Palacios González
- Curso: Quinto
- Trimestre: Primero
- Créditos: 4
- Profesorado:
 - Víctor Manuel Navarro Remesal vnavarro@tecnocampus.cat

Idiomas de impartición

- Catalán
- Castellano

Los materiales podrán proporcionarse tanto en catalán como en castellano o inglés.

Competencias que se trabajan

Básica

- B1_ 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.
- B2_ 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

Específica

- V12. Aplicar la iniciativa emprendedora i la innovació per a la creació de nous videojocs i línies de negoci.
- V13. Aplicar la visió sobre el negoci, el màrqueting i les vendes, l'anàlisi econòmic i el coneixement tècnic per a la producció de videojocs.
- V14. Liderar equips de dissenyadors, artistes o desenvolupadors per a la consecució dels objectius especificats en el temps previst, de forma estructurada segons la metodologia establerta per a la gestió del projecte.

Transversal

- T2_ Que los estudiantes tengan capacidad para trabajar como miembro de un equipo interdisciplinario ya sea como un miembro más, o realizando tareas de dirección con la finalidad de contribuir a desarrollar proyectos con pragmatismo y sentido de la responsabilidad, asumiendo compromisos teniendo en cuenta los recursos disponibles

Descripción

La asignatura "Empresas: Estudio de casos" pertenece al Grado en Diseño y Producción de Videojuegos y forma parte de las asignaturas vinculadas al área de empresa. La asignatura contribuye a que el estudiante desarrolle unas capacidades analíticas para ayudar a tomar decisiones económicas y de gestión en un proyecto de videojuegos, considerando especialmente el encaje de la producción en el mercado en términos sociales y culturales. Se trabaja el mercado de los videojuegos tanto desde la perspectiva de productores (industria de los videojuegos) como la perspectiva del cliente (sector de los videojuegos), siempre desde la vertiente de negocio de producto o servicio competitivo y analizando el discurso, la participación y la recepción. Se quiere que el estudiante sea capaz de entender el producto o servicio como un proyecto sobre el que hay que tomar no sólo decisiones técnicas sino también decisiones de negocio (estrategia, canal distribución, inversión y retorno de la inversión, competencia y posicionamiento, actividades de marketing del lanzamiento, etc), así como que sea capaz de ubicar las producciones de la industria dentro de un marco social y cultural.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar la asignatura el estudiante debe ser capaz de:

- E12.3. Describir referentes de estudios independientes de videojuegos.
- E13.1. Demostrar conocimientos sobre la estructura y organización de una empresa.
- E13.3. Describir los fundamentos de marketing e investigación de mercados.
- E13.5. Describir los modelos de negocio referentes a la industria de videojuegos
- E14.3. Contribuir a generar una cultura de aprendizaje, gestión de los errores, feedback y gestión de las críticas.

Metodología de trabajo

La asignatura utiliza las siguientes metodologías de trabajo: clases magistrales, presentaciones, cápsulas de vídeo, estudio de casos, investigación y lectura crítica de artículos.

Este curso, debido a la situación generada por la Covid-19, la asignatura se impartirá en modalidad de docencia online en las horas de teoría, y en modalidad de docencia presencial en las horas de práctica.

Contenidos

Tema 1. Planificación laboral

- 1.1 Caso: Red Dead Redemption / Rockstar
- ¿Qué dice la empresa? ¿Qué dicen los trabajadores? ¿Cómo afecta a las ventas?

Tema 2 Polémica de contenidos

- 2.1 Caso: The Last of Us: Animales
- 2.2 Caso: Cyberpunk 2.077: Transexualidad
- 2.3 Caso: Blasphemous: Religión

Tema 3. Polémica legal

- 3.1 Loot Boxes
- 3.2 E-Sports

Tema 4. Polémica Cultural

- 4.1 Juegos japoneses en occidente
- 4.2 Vender en China. Casos: Call of Duty y Tian An Men, Animal Crossing y Hong Kong, Devotion y Taiwán / China

Tema 5. Comunidades de fans

- 5.1 Caso: Fallout 76 Subscription

Actividades de aprendizaje

Con el objetivo de recoger evidencia del logro de los resultados de aprendizaje esperados se realizarán las siguientes actividades de carácter evaluativo (relacionadas con todas las competencias comunes):

A1. Trabajo en grupo: Video resumen (Evidencia de los resultados de aprendizaje E12.3)

Los alumnos deberán realizar y presentar un video sobre un videojuego o un estudio independiente analizando su gestión empresarial y comunicación teniendo en cuenta el aprendizaje logrado en la asignatura.

A2. Trabajo individual: Ensayo escrito (Evidencia de los resultados de aprendizaje E13.5 y E14.3)

Los alumnos deberán escribir un ensayo sobre una polémica real relacionada con las tipologías vistas a la asignatura, con análisis crítico de la gestión realizada y propuestas de mejora.

A3. Examen parcial: Examen de evaluación continua del alumno (Evidencia de los resultados de aprendizaje E13.1 y E13.3)

Presentarse al examen es obligatorio para pasar la asignatura. En caso contrario, el alumno tendrá un No Presentado.

A4. Examen final: Examen de evaluación final de la asignatura (Evidencia de los resultados de aprendizaje E13.1 y E13.3)

Presentarse al examen es obligatorio para pasar la asignatura. En caso contrario, el alumno tendrá un No Presentado.

Criterios generales de las actividades:

El profesor presentará un enunciado para cada actividad y los criterios de evaluación y / o rúbricas.

El profesor informará de las fechas y formato de la entrega de la actividad

Este curso, debido a la situación generada por la Covid-19, las actividades serán adaptadas. La adaptación será la siguiente:

A1. Trabajo en grupo: Video resumen (Evidencia de los resultados de aprendizaje E12.3)

Los alumnos deberán realizar y presentar un video sobre un videojuego o un estudio independiente analizando su gestión empresarial y comunicación teniendo en cuenta el aprendizaje logrado en la asignatura. La presentación y las tutorías necesarias se harán vía online.

A2. Trabajo individual: Ensayo escrito (Evidencia de los resultados de aprendizaje E13.5 y E14.3)

Los alumnos deberán escribir un ensayo sobre una polémica real relacionada con las tipologías vistas a la asignatura, con análisis crítico de la gestión realizada y propuestas de mejora. La presentación y las tutorías necesarias se harán vía online.

A3. Examen parcial: Examen de evaluación continua del alumno (Evidencia de los resultados de aprendizaje E13.1 y E13.3)

Presentarse al examen es obligatorio para pasar la asignatura. En caso contrario, el alumno tendrá un No Presentado. El examen será online utilizando las herramientas del campus virtual.

A4. Examen final: Examen de evaluación final de la asignatura (Evidencia de los resultados de aprendizaje E13.1 y E13.3)

Presentarse al examen es obligatorio para pasar la asignatura. En caso contrario, el alumno tendrá un No Presentado. El examen será online utilizando las herramientas del campus virtual.

Criterios generales de las actividades:

El profesor presentará un enunciado para cada actividad y los criterios de evaluación y / o rúbricas.

El profesor informará de las fechas y formato de la entrega de la actividad

Sistema de evaluación

La nota de cada alumno se calculará siguiendo los siguientes porcentajes:

A1. Trabajo en grupo: Vídeo resumen 30%

A2. Trabajo individual: Redacción de un ensayo teórico 30%

A3. Examen parcial: Examen de evaluación continua del alumno 20%

A4. Examen final: Examen de evaluación final de la asignatura 20%

Nota final = $A1 \times 0,3 + A2 \times 0,3 + A3 \times 0,2 + A4 \times 0,2$

consideraciones:

- Hay que obtener una nota superior a 5 en el examen final para aprobar la asignatura.

- Una actividad no entregada o entregada con retraso y sin justificación (citación judicial o asunto médico) cuenta como un 0.

- Es responsabilidad del alumno evitar el plagio en todas sus formas. En el caso de detectar un plagio, independientemente de su alcance, en alguna actividad corresponderá a tener una nota de 0. Además, el profesor comunicará a la Jefe de estudios la situación para que se tomen medidas aplicables en materia de régimen sancionador .

recuperación:

Hay que obtener una nota superior a 5 en el examen final de recuperación para aprobar la asignatura.

La nota del examen de recuperación equivaldrá a la nota final.

En caso de superar la recuperación, la nota final máxima de la asignatura será de 7.

Este curso, debido a la situación generada por la Covid-19, el sistema de evaluación será el siguiente:

A1. Trabajo en grupo: Vídeo resumen 30%

A2. Trabajo individual: Redacción de un ensayo teórico 30%

A3. Examen parcial: Examen de evaluación continua del alumno 20%

A4. Examen final: Examen de evaluación final de la asignatura 20%

Nota final = $A1 \times 0,3 + A2 \times 0,3 + A3 \times 0,2 + A4 \times 0,2$

Recursos

Básicos

Bibliografías

- Álvarez Peralta & Viltard. Strategic analysis tools.
- Aguilar, J. Fainé, I., Monguet, J.M. (2010) ¿Por qué algunas empresas tienen éxito y otras no? Casos de éxito, ideas clave y herramientas para innovar. Deusto.
- Navarro Remesal, Víctor. "Pensar el juego. 25 caminos para los game studies". Shangrila, 2020.
- Schreier, Jason. "Sangre, sudor y píxeles". Héroes de papel, 2020.
- Tringali, G. (1999). 15 casos de éxito probado. Cómo la actitud de las empresas nos ayuda a superar los momentos de crisis. Aguilar.
- Webster, James G. "The marketplace of attention. How audiences take shape in a digital age". MIT Press, 2014.

Complementarios

Bibliografías

- Lee, Seungcheol Austin, Pulos, Alexis (Eds.). "Transnational Contexts of Development History, Sociality, and Society of Play. Video Games in East Asia". Palgrave, 2016.
- Osterwalder, A., Yves Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Deusto.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Bernarda, G. (2015). Diseñando la propuesta de valor. Deusto.