

GRAU EN DISSENY I PRODUCCIÓ DE VIDEOJOC

106224 - MODELS DE NEGOCI

Informació general

- Tipus d'assignatura : Bàsica
- Coordinador : Adso Fernández Baena
- Curs: Segon
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Alexandra Samper Martínez <asamper@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Castellà
- Català

Durant l'assignatura es fan servir materials (artícles, vídeos, guies, etc.) en anglès i castellà.

Competències que es treballen

Específica

- E12. Aplicar la iniciativa emprenedora i la innovació per a la creació de nous videojocs i línies de negoci.
- E13. Aplicar la visió sobre el negoci, el màrqueting i les vendes, l'anàlisi econòmic i el coneixement tècnic per a la producció de videojocs.

General

- G1. Demostrar tenir i comprendre coneixements avançats de la seva àrea d'estudi que inclouen els aspectes teòrics, pràctics i metodològics, amb un nivell de profunditat que arriba fins a l'avantguarda del coneixement.
- G2. Resoldre problemes complexos del seu àmbit laboral, mitjançant l'aplicació dels seus coneixements, l'elaboració d'arguments i procediments, i l'ús d'idees creatives i innovadores.
- G3. Reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- G4. Comunicar informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat com no especialitzat.

Transversal

- T1. Comunicar en un tercer idioma, que serà preferentment l'anglès, amb un nivell adequat de forma oral i per escrit i d'acord amb les necessitats que tindran els graduats i graduades.
- T2. Treballar com a membre d'un equip interdisciplinari ja sigui com un membre més o realitzant tasques de direcció amb la finalitat de contribuir a desenvolupar projectes amb pragmatisme i sentit de la responsabilitat, assumint compromisos i tenint en compte els recursos disponibles.

Descripció

L'assignatura de "Models de Negoci" parteix de l'exploració conceptual del que és un model de negoci *per se* i la seva aplicabilitat a la indústria del videojoc. L'assignatura cobreix un recorregut ampli de formes de rendibilitzar les diferents activitats econòmiques actualment existents a la indústria, models de monetització de videojocs, estratègies de producte i possibles contingències derivades d'entendre el joc com a producte o servei.

Els coneixements i competències que cobreix l'assignatura s'assoleixen a partir de les diferents sessions de teoria, de treball en equip, de discussions grupals, de recerca, etc. És per aquest fet que el sistema d'avaluació premia el treball constant en equip i l'adquisició del coneixement teòric a títol individual.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

Resultats d'aprenentatge

En acabar l'assignatura l'alumne ha de ser capaç de:

- E12.1. Generar idees innovadores de productes de videojocs i analitzar-les com a oportunitat de negoci.
- E12.2. Demostrar coneixements sobre la creació i posada en marxa de nous negocis o start-ups.
- E12.3. Descriure referents d'estudis independents de videojocs.
- E12.4. Testejar prototips de start-ups i analitzar el feedback dels usuaris.
- E12.5. Desenvolupar projectes emprenedors, tenint en compte el model de negoci, la viabilitat del mateix, el pla de màrqueting i vendes i el client.
- E13.1. Demostrar coneixements sobre l'estructura i organització d'una empresa.
- E13.2. Utilitzar eines de previsió i planificació empresarial.
- E13.3. Descriure els fonaments de màrqueting i investigació de mercats.
- E13.4. Dissenyar una estratègia de màrqueting d'un videojoc.
- E13.5. Descriure els models de negoci referents a la indústria de videojocs.
- E13.6. Dissenyar un model de negoci i monetització d'un videojoc.
- E13.7. Analitzar la viabilitat econòmica d'un negoci o línia de negoci.

Metodologia de treball

L'assignatura utilitza les següents metodologies de treball:

Classe magistral, Conferències, Presentacions, Càpsules de vídeo, Debats i fòrums, Estudi de casos, Jocs de rol, Aprenentatge col·laboratiu, Resolució de problemes, Recerca i lectura crítica d'articles i Aprenentatge basat en preguntes.

Continguts

1. CONCEPTUALITZACIÓ: MODELS DE NEGOCI

1.1 Què és un Model de Negoci?

1.1.1 Activitat Econòmica de l'Empresa.

1.1.2 Unitats Estratègiques de Negoci vs Divisions.

1.1.3 Models de Negoci vs Models d'Ingressos.

1.1.4 El Business Model CANVAS.

1.2 Activitats Econòmiques i Models de Negoci a la indústria del videojoc.

1.2.1 Desenvolupament: amateur, indie i desenvolupament a tercers (serious games, gamificació, servei de desenvolupament)

1.2.2 Publishing: plataformes, publicació, distribució, màrqueting i PR, consultoria, finançament, etc.

1.2.3 Serveis: incubació, acceleració, coworking, porting, traducció i localització, so, música, voiceover, QA, UX, agències de mitjans, agències de publicitat, legal, motors, sistemes de control de versions, programaris de desenvolupament (Hack'n'Plan, Jira, Trello), etc.

1.2.4 Altres agents: premsa, formació, gestió de dades, associacions, streamers i influencers, etc.

1.2.5 Possibles combinacions per assegurar la supervivència del petit estudi de desenvolupament.

1.3 Possibles canvis d'activitats econòmiques o UENs i decisions importants que fan canviar el negoci.

1.3.1 Canvis Intrínsecs

1.3.2 Canvis Extrínsecs

1.4 Protecció de desenvolupaments pròpis davant de possibles canvis.

1.4.1 Tipus d'IPs i com protegir-les.

1.4.2 Avantatges i inconvenients a l'hora de fer negoci amb les IPs originals.

1.4.3 Com arribar a desenvolupar llicències pròpies o de tercers.

2. CONCEPTUALITZACIÓ: MODELS D'INGRESSOS

2.1 Models d'Ingressos vs Fonts d'Ingressos

2.2 B2B vs B2C

2.3 Fonts d'Ingressos vs Sistemes de Monetització.

2.4 Sistemes de Monetització

2.4.1 Pay to Play vs Free to Play + Sistemes de Monetització Híbrids.

2.4.1.1 P2P: Pay per Play, Pay per Copy, Pay Per Download, Episodic Sales, Subscription.

2.4.1.2 F2P: In-game purchases, Advertising, Auction and Player Trades, Expansions, Donations

2.4.1.3 Híbrids: Freemium vs Paymium

2.5 Principis de disseny econòmic

2.5.1 Desenvolupaments pròpis: què monetitzar, a qui, com i anàlisi de KPIs

3. ESTRATÈGIES DE PRODUCTE

3.1 Estratègies competitives

3.1.1 Mercats vs Productes. Matriu d'Ansoff.

3.1.2 Estratègies Genèriques de Porter

3.1.3 Diversificació vs Concentració.

3.2 Estratègies corporatives:

3.2.1 Anàlisi de Portfoli. Matriu BCG.

3.2.2 Fases de cicle de vida del joc en un mercat

3.2.3 Abast: Cobertura geogràfica.

3.2.4 Decisions sobre el Mètode de Desenvolupament de Negoci.

3.3 Estratègies operatives:

3.3.1 Ventatja competitiva global

3.3.1.1 Configuració Activitats de Valor

3.3.1.2 Coordinació Activitats de Valor

3.4 Aterrant: Estratègies Dominants a la Indústria del Videojoc

3.4.1 Organitzativa: Outsourcing

3.4.2 Corporativa: Partnership

3.4.3 Competitiva: Diversificació

4. GAMES AS PRODUCTS VS GAMES AS SERVICES

4.1 Lògica de producte vs Lògica de servei

4.2 Contextualització: el joc abans i ara

4.3 El joc com a producte i el joc com a servei (Game as a Service o GaaS)

4.4 GaaS: problemàtica i requisits de negoci

4.5 Decisions prèvies: creativitat i proposta de valor

4.6 Models d'ingressos associats

4.7 Co-creació i la relació amb l'usuari

4.7.1 Negociació i punts d'inflexió

4.7.1.1 Feedback i la simetria de poder

4.7.1.2 Canvi de mans

4.7.1.3 La fi del cicle de vida del joc

Activitats d'aprenentatge

Amb l'objectiu de recollir evidència de l'assoliment dels resultats d'aprenentatge esperats es realitzaran les següents activitats de caràcter avaluatiu (relacionades amb totes les competències comunes):

A1. Exercicis a classe o a casa: Exercicis (Evidència dels resultats d'aprenentatge E12.2, E12.3, E12.4, E13.1, E13.2, E13.5 i E13.6)

Exercicis pràctics d'anàlisi, algun d'ells basat en casos reals, protagonitzats per empreses de videojocs a nivell nacional i internacional, i que tracten sobre decisions estratègiques o companyies reals que acaben en èxit o fracàs. Normalment recolzats per textos i visionats a classe: vídeos o presentacions PWP. Les activitats dirigides serveixen per a avaluar l'actitud vers l'aprenentatge. En finalitzar les activitats l'estudiant ha de tenir discurs per a comentar decisions sobre creació i disseny de productes i idees de negoci. Tanmateix, l'alumne hauria de ser capaç d'analitzar nous casos de forma independent amb una visió més tècnica i científica.

A2. Treball en grup: Anàlisi d'un Model de Negoci (Evidència dels resultats d'aprenentatge E12.1, E12.3, E12.5, E13.2, E13.5, E13.6 i E13.7)

Aquest treball consisteix en l'anàlisi i documentació d'un model de negoci de la indústria del videojoc. L'exercici pretén promoure la reflexió, anàlisi i documentació per part de l'alumnat, dels aspectes bàsics d'un model de negoci d'una empresa coneguda de la indústria del videojoc. Aquests aspectes bàsics es corresponen amb els continguts teòrics de l'assignatura i, per tant, es tracta de que els alumnes seleccionin i analitzin aquests continguts, tot aplicant-los a un cas de la vida real.

A3. Treball en grup: Disseny d'un Model de Negoci (Evidència dels resultats d'aprenentatge E12.1, E12.3, E12.5, E13.2, E13.5, E13.6 i E13.7)

La finalitat d'aquest treball serà dissenyar i defensar de manera oral un model de negoci de la indústria del videojoc. L'exercici pretén promoure la reflexió, el disseny, aplicació, i documentació per part de l'alumnat, dels aspectes bàsics que es corresponen amb els continguts teòrics de l'assignatura i, per tant, es tracta de que els alumnes seleccionin i apliquin aquests continguts a l'activitat. El format de la presentació es detallarà convenientment durant la primera sessió del curs.

A4. Examen parcial: Examen (Evidència dels resultats d'aprenentatge E12.2, E13.1, E13.2, E13.5 i E13.7)

Examen parcial individual de part del temari. L'enunciat de la prova consta de tres parts: una primera part amb preguntes tipus test, una segona part amb exercicis pràctics i, una tercera part, preguntes de raonament.

A4. Examen final: Examen (Evidència dels resultats d'aprenentatge E12.2, E13.1, E13.2, E13.5 i E13.7)

Examen final individual de part del temari. L'enunciat de la prova consta de tres parts: una primera part amb preguntes tipus test, una segona part amb exercicis pràctics i, una tercera part, preguntes de raonament.

Críteris generals de les activitats:

- El professorat presentarà un enunciat per cada activitat i els criteris d'avaluació i/o rúbriques, a classe i través del campus virtual.
- El professorat informarà de les dates i especificacions de lliurament de les activitats, tot i que és responsabilitat de l'alumnat atendre a qualsevol modificació de dates o formats de lliurament.
- Els exercicis de classe i treballs, es faran en equips de 4 persones. La variació del nombre de components a un nombre d'estudiants diferent a l'especificat quedarà a criteri del professorat, segons les necessitats de l'assignatura/grups. Els grups es crearan a criteri dels estudiants.
- Els exercicis de classe i els treballs es lliuraran en format digital mitjançant l'eCampus, amb una setmana de marge per a l'entrega en el cas dels exercicis de classe.
- Els exercicis i treballs es resoldran en comú a l'aula i serviran per a comentar, analitzar i generar debats a classe en torn als continguts de l'assignatura. Així, el desenvolupament dels treballs contemplan tutories durant les classes on els alumnes puguin preguntar dubtes. A classe es detallarà la freqüència i el seu funcionament. L'assistència a aquestes sessions serà important en el procés d'avaluació, d'acord amb les competències generals de l'assignatura relatives al treball organitzatiu, l'auto-aprenentatge, el treball en equip i les capacitats d'aplicar continguts i generar idees.

Sistema d'avaluació

La nota de cada alumne es calcularà seguint els següents percentatges:

- A1. Exercicis a realitzar a classe o a casa: Exercicis 10%
- A2. Treball en grup: Anàlisi d'un Model de Negoci 15%
- A3. Treball en grup: Disseny d'un Model de Negoci 25%
- A4. Examen parcial: Examen parcial 20%
- A5. Examen final 30%

Nota final = $A1 \times 0,1 + A2 \times 0,15 + A3 \times 0,25 + A4 \times 0,2 + A5 \times 0,3$

Consideracions:

- Els exàmens (parcial i final), s'han de superar amb una nota mínima de cinc (5) per a superar l'avaluació continuada.
- Una activitat no lliurada o lliurada amb retard i sense justificació (citació judicial o assumpte mèdic) compta com un zero (0).
- És responsabilitat de l'alumne evitar el plagi en totes les seves formes. En el cas de detectar un plagi en alguna activitat, independentment del seu abast, correspondrà a tenir una nota de zero (0). A més, la professora comunicarà a la Cap d'Estudis la situació per a que es prenguin mesures aplicables en matèria de règim sancionador.

Recuperació:

- Els alumnes amb una qualificació inferior a cinc (5) en la nota d'algún dels exàmens (parcial o final), podran recuperar l'assignatura mitjançant la realització d'un únic examen que recollirà tot el contingut de la mateixa. La nota de l'examen de recuperació serà la nota final de l'assignatura.
- Els alumnes amb una qualificació inferior a cinc (5) en la nota ponderada de les activitats d'avaluació de primera convocatòria, podran recuperar l'assignatura mitjançant la realització d'un únic examen que recollirà tot el contingut de la mateixa. La nota de l'examen de recuperació serà la nota final de l'assignatura.
- La qualificació màxima que es pot assolir en convocatòria extraordinària o segona convocatòria és un cinc (5).

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- Dillon, R., & Cohen, O. (2013). The evolution of business models in the video game industry. In Proceedings of the International Conference on Managing the Asian Century (pp. 101-108). Springer, Singapore.
- Laramee, F. D. (2005). Secrets Of The Game Business. Charles River Media, Inc.
- Lehdonvirta, V. and Castronova, E. (2014) Virtual Economies: Design and Analysis. MIT Press.
- Nichols, R. (2014) The Video Game Business (International Screen Industries). British Film Institute
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2013). The future of competition: Co-creating unique value with customers. Harvard Business Press.

Complementaris

Bibliografies

- Banks, J. (2013). Co-creating videogames. Bloomsbury Publishing.
- Davidovici-Nora, M. (2014). Paid and free digital business models innovations in the video game industry. Digiworld Economic Journal, (94), 83.
- Lovell, S. N. C. (2017). The Pyramid of Game Design. CRC Press: Taylor & Francis Group.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadakos, T. (2015). Diseñando la propuesta de valor. Deusto Ediciones.
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. Journal of consumer culture, 10(1), 13-36.
- Samper-Martinez, A., Gerling, K., García-Álvarez, E., Kirman, B., & Lawson, S. (2015, October). After All the Time I Put Into This: Co-Creation and the End-of-life of Social Network Games. In Proceedings of the 2015 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play (pp. 135-140). ACM.