TecnoCampus Escola Superior Politècnica

Centre adscrit a la Universitat Pompeu Fabra Barcelona

DOBLE GRAU EN INFORMÀTICA DE GESTIÓ I SISTEMES D'INFORMACIÓ/ GRAU EN DISSENY I PRODUCCIÓ DE VIDEOJOCS

107512 - EMPRESES: ESTUDI DE CASOS

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Adso Fernández Baena
- Curs: Cinquè
- Trimestre: Primer
- Crèdits: 4
- Professorat:
    - Víctor Manuel Navarro Remesal <vnavarro@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Castellà
- Català

Els materials podran proporcionar-se tant en català com en castellà o anglès.

Competències que es treballen

Bàsica

- B1_Que els estudiants hagin demostrat tenir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que tingui la seva base en l'educació secundaria general, i s'acostumi a trobar a un nivell que, tot i que amb el suport de llibre de text avançats, inclogui també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de la vanguardia del seu camp d'estudi

- B2_Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements a la seva feina o vocació d'una forma professional i tinguin les comptències que demostren mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi

Específica

- V12. Aplicar la iniciativa emprenedora 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 els estudiants tinguin capacitat per a treballar com a membres d'un equip interidisciplinar ja sigui com un membres més, o realitzant tasques de direcció amb la finalitat de contribuir a desenvolupar projectes amb pragmatisme i sentit de la responsabilitat, assumint compromisos tenint en compte els recursos disponibles

Descripció

L'assignatura "Empreses: Estudi de casos" pertany al Grau en Disseny i Producció de Videojocs i forma part de les assignatures vinculades a l'àrea d'empresa. L'assignatura contribueix a que estudiant desenvolupi unes capacitats analítiques per ajudar a prendre decisions econòmiques i de gestió en un projecte de videojocs, considerant especialment l'encaix de la producció al mercat en termes socials i culturals. Es treballa el mercat dels videojocs tant des de la perspectiva de productors (industria dels videojocs) com la perspectiva del clients (sector dels videojocs), sempre des de la vessant de negoci de producte o servei competitiu i analitzant el discurs, la participació i la recepció. Es vol que l'estudiant sigui capaç d'entendre el producte o servei com un projecte sobre el qual cal prendre no només decisions tècniques sinó també decisions de negoci (estratègia, canal distribució, inversió i retorn de la inversió, competència i posicionament, activitats de marketing del llançament, etc), així com que sigui capaç d'ubicar les produccions de la indústria dins un marc social i cultural.

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'estudiant o estudianta ha de ser capaç de:

E12.3. Descriure referents d'estudis independents de videojocs.
E13.1. Demostrar coneixements sobre l'estructura i organització d'una empresa.
E13.3. Descriure els fonaments de màrqueting i investigació de mercats.
E13.5. Descriure els models de negoci referents a la indústria de videojocs
E14.3. Contribuir a generar una cultura d'aprenentatge, gestió dels errors, feedback i gestió de les crítiques.

Metodologia de treball

L'assignatura utilitza les següents metodologies de treball: classes magistrals, presentacions, càpsules de vídeo, estudi de casos, recerca i lectura crítica d'articles.

Continguts

Tema 0. Introducció als estudis culturals i les indústries culturals

Tema 1. Planificació laboral

Tema 2 Polèmica de continguts

Tema 3. Polèmica legal

- 3.1 Loot Boxes
- 3.2 E-Sports

Tema 4. Polèmica Cultural

- 4.1 Jocs japonesos a occident
- 4.2 Vendre a la Xina

Tema 5. Comunitats de fans

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. Treball en grup: Video resum (Evidència dels resultats d'aprenentatge E12.3)

Els alumnes hauran de realitzar i presentar un video sobre un vestudi independent analitzant la seva gestió empresarial i comunicació tenint en compte l'aprenentatge assolit a l'assignatura.

A2. Treball individual: Assaig escrit (Evidència dels resultats d'aprenentatge E13.5 i E14.3)

Els alumnes hauran d'escriure un assaig sobre una polèmica real relacionada amb les tipologies vistes a l'assignatura, amb anàlisi crítica de la gestió realitzada i propostes de millora.

A3. Treball individual: Lectura i comentari d'articles de recerca (Evidència dels resultats d'aprenentatge E13.5 i E14.3)

Els alumnes hauran de presentar un capítol del llibre Game Production Studies, amb anàlisi crítica.

A4. Examen parcial: Examen d'avaluació continua de l'alumne (Evidència dels resultats d'aprenentatge E13.1 i E13.3)

Presentar-se a l'examen és obligatori per passar l'assignatura. En cas contrari, l'alumne tindrà un No Presentat.

A5. Examen final: Examen d'avaluació final de l'assignatura (Evidència dels resultats d'aprenentatge E13.1 i E13.3)

Presentar-se a l'examen és obligatori per passar l'assignatura. En cas contrari, l'alumne tindrà un No Presentat.

Criteris generals de les activitats:

- El professor presentarà un enunciat per cada activitat i els criteris d'avaluació i/o rúbriques.
- El professor informarà de les dates i format del lliurament de l'activitat

Sistema d'avaluació

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

A1. Treball en grup: Vídeo resum 20%

A2. Treball individual: Redacció d'un assaig teòric 10%

A3. Treball individual: Lectura i comentari d'articles de recerca 20%

A4. Examen parcial: Examen d'avaluació continua de l'alumne 20%

A5. Examen final: Examen d'avaluació final de l'assignatura 30%

Nota final = A1 x 0,2 + A2 x 0,1 + A3 x 0,2 + A4 x 0,2 + A5 x 0,3

Consideracions:
- Cal obtenir una nota superior a 5 a l'examen final per a aprovar l'assignatura.
- Una activitat no entregada o lliurada amb retard i sense justificació (citació judicial o assumpte mèdic) compta com un 0.
- És responsabilitat de l'alumne evitar el plagi en totes les seves formes. En el cas de detectar un plagi, independentment del seu abast, en alguna activitat correspondrà a tenir una nota de 0. A més, el professor comunicarà a la Cap d'estudis la situació per a que es prenguin mesures aplicables en matèria de règim sancionador.

Recuperació:

- Cal obtenir una nota superior a 5 a l'examen final de recuperació per a aprovar l'assignatura.
- La nota de l'examen de recuperació equivaldrà a la nota final.
- En cas de superar la recuperació, la nota final màxima de l'assignatura serà de 7.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- 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, idees clave y herramientas para innovar. Deusto.
- Navarro Remesal, Víctor. "Pensar el juego. 25 caminos para los game studies". Shangrila, 2020.
- Olli Sotamaa, Jan Svelch (eds) (2021) Game Production Studies. Amsterdam University Press
- Olli Sotamaa, Jan Svelch (eds) (2021) Game Production Studies. Amsterdam University Press.
- 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.

Complementaris

Bibliografies

- 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.