



Guia docent

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

Última modificació: 11/02/2021

Unitat responsable: Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia
Unitat que imparteix: 804 - CITM - Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia.

Titulació: GRAU EN DISSENY I DESENVOLUPAMENT DE VIDEOJOCS (Pla 2014). (Assignatura obligatòria).
GRAU EN DISSENY I DESENVOLUPAMENT DE VIDEOJOCS (Pla 2014). (Assignatura obligatòria).

Curs: 2020 **Crèdits ECTS:** 6.0 **Idiomes:** Català, Castellà

PROFESSORAT

Professorat responsable: Soler Labajos, Neus

Altres: Boulesteix Servent, Marc

COMPETÈNCIES DE LA TITULACIÓ A LES QUALS CONTRIBUEIX L'ASSIGNATURA

Específiques:

CEVJ 11. Identificar els models de negoci, finançament i monetització propis de la indústria del videojoc, així com la seva distribució digital, seguiment i màrqueting.

Transversals:

01 EIN. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ: Conèixer i comprendre l'organització d'una empresa i les ciències que regeixen la seva activitat; capacitat per comprendre les regles laborals i les relacions entre la planificació, les estratègies industrials i comercials, la qualitat i el benefici.

CT4. ÚS SOLVENT DELS RECURSOS D'INFORMACIÓ: Gestionar l'adquisició, l'estructuració, l'anàlisi i la visualització de dades i informació de l'àmbit d'especialitat, i valorar de forma crítica els resultats d'aquesta gestió.

CT5. TERCERA LLENGUA: Conèixer una tercera llengua, preferentment l'anglès, amb un nivell adequat oral i escrit i en consonància amb les necessitats que tindran els titulats i titulades.

METODOLOGIES DOCENTS

La metodologia docent es divideix en tres parts:

- Sessions presencials d'exposició de continguts
- Sessions presencials de treball pràctic (presentacions i debat de casos)
- Treball autònom d'estudi i realització d'exercicis i activitats

En les sessions d'exposició dels continguts, el professorat introduirà les bases teòriques, conceptes, mètodes i resultats afegint exemples convenients per facilitar-ne la comprensió.

En sessions de treball pràctic a l'aula, el professorat guiarà l'estudiant en l'aplicació dels conceptes teòrics per a la resolució de problemes.

Mitjançant el Campus, el professorat facilitarà el material d'estudi per a l'assentament dels coneixements adquirits en les sessions teòriques. L'assistència a les sessions és crucial per al procés d'aprenentatge.



OBJECTIUS D'APRENTATGE DE L'ASSIGNATURA

L'assignatura pretén apropar l'alumne al món empresarial en l'àmbit del màrqueting i la distribució digital de videojocs. Introduint els principals elements diferenciadors de les diferents plataformes de distribució electrònica de videojocs entenent els requisits tècnics i legals i els models de negoci que aquestes plataformes ofereixen a les empreses del sector de desenvolupament i distribució de videojocs. Així mateix, l'assignatura introdueix l'alumne en la matèria de màrqueting de videojocs i els diferents elements a tenir en compte a l'hora de planificar un llançament d'un videojoc a través de les plataformes digitals que s'estudien al llarg del curs: PC, consola, web i mòbil.

HORES TOTALES DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANTAT

Tipus	Hores	Percentatge
Hores grup mitjà	18,0	12.00
Hores activitats dirigides	12,0	8.00
Hores aprenentatge autònom	90,0	60.00
Hores grup gran	30,0	20.00

Dedicació total: 150 h

CONTINGUTS

1. Distribució Digital: Introducció

Descripció:

- 1.1 Definició
- 1.2 Història
- 1.3 Factors de creixement i adopció
- 1.4 Cadena de valor
- 1.5 Models de negoci

Dedicació: 14h

Grup gran/Teoria: 4h

Activitats dirigides: 1h

Aprenentatge autònom: 9h



2. Distribució Digital: PC

Descripció:

- 2.1 Requisits tècnics
- 2.2 Anàlisi de mercat
- 2.3 Accés al mercat: consideracions de distribució
- 2.3 Canals de distribució:
 - 2.3.1 Steam
 - 2.3.2 Microsoft Store
 - 2.3.2 Altres

Objectius específics:

Coneixement dels aspectes tècnics i legals de la distribució digital de videojocs per a ordinadors personals
Identificació de les formes d'accés als canals de distribució
Estructuració de models de negoci segons condicions de canal
Disseny d'estratègies de distribució multi-canal

Dedicació: 15h 30m

Grup gran/Teoria: 5h
Activitats dirigides: 1h 30m
Aprenentatge autònom: 9h

3. Distribució Digital: Xbox

Descripció:

- 3.1 Requisits tècnics i legals
- 3.2 Anàlisi de mercat
- 3.3 Accés al mercat: consideracions de distribució
- 3.3 Canals de distribució: Xbox Live

Objectius específics:

Coneixement dels aspectes tècnics i legals de la distribució digital de videojocs per a consoles Microsoft
Identificació de les formes d'accés als canals de distribució
Estructuració de models de negoci segons condicions de canal
Disseny d'estratègies de distribució directa o via publisher

Dedicació: 11h 30m

Grup gran/Teoria: 2h
Activitats dirigides: 0h 30m
Aprenentatge autònom: 9h

4. Distribució Digital: PlayStation

Descripció:

- 4.1 Requisits tècnics i legals
- 4.2 Anàlisi de mercat
- 4.3 Accés al mercat: consideracions de distribució
- 4.4 Canals de distribució: PlayStation Network

Objectius específics:

Coneixement dels aspectes tècnics i legals de la distribució digital de videojocs per a consoles Sony.
Identificació de les formes d'accés als canals de distribució
Estructuració de models de negoci segons condicions de canal
Disseny d'estratègies de distribució directa o via publisher

Dedicació: 13h

Grup gran/Teoria: 3h
Activitats dirigides: 1h
Aprenentatge autònom: 9h

5. Distribució Digital: Nintendo

Descripció:

- 5.1 Requisits tècnics i legals
- 5.2 Anàlisi de mercat
- 5.3 Accés al mercat: consideracions de distribució
- 5.4 Canals de distribució: Nintendo eStore

Objectius específics:

Coneixement dels aspectes tècnics i legals de la distribució digital de videojocs per a consoles Nintendo
Identificació de les formes d'accés als canals de distribució
Estructuració de models de negoci segons condicions de canal
Disseny d'estratègies de distribució directa o via publisher

Dedicació: 13h

Grup gran/Teoria: 3h
Activitats dirigides: 1h
Aprenentatge autònom: 9h

6. Distribució Digital: Web

Descripció:

- 6.1 Requisits tècnics i legals
- 6.2 Anàlisi de mercat
- 6.3 Accés al mercat: consideracions de distribució
- 6.4 Canals de distribució:
 - 6.4.1 Kongregate
 - 6.4.2 Itch.io
 - 6.4.3 Softgames
 - 6.4.4 Spilgames

Objectius específics:

Coneixement dels aspectes tècnics i legals de la distribució digital de videojocs distribució web
Identificació de les formes d'accés als canals de distribució
Estructuració de models de negoci segons condicions de canal
Disseny d'estratègies de distribució multi-canal

Dedicació: 13h

Grup gran/Teoria: 3h

Activitats dirigides: 1h

Aprenentatge autònom: 9h

7. Distribució Digital: Mòbil

Descripció:

- 7.1 Requisits tècnics i legals
- 7.2 Anàlisi de mercat
- 7.3 Accés al mercat: consideracions de distribució
- 7.4 Canals de distribució:
 - 7.4.1 iOS
 - 7.4.2 Android
 - 7.4.3 Amazon

Objectius específics:

Coneixement dels aspectes tècnics i legals de la distribució digital de videojocs a través dels canals mòbils.
Identificació de les formes d'accés als canals de distribució
Estructuració de models de negoci segons condicions de canal
Disseny d'estratègies de distribució multi-canal

Dedicació: 13h

Grup gran/Teoria: 3h

Activitats dirigides: 1h

Aprenentatge autònom: 9h



8. Introducció al màrqueting

Descripció:

Les 4 Ps i altres conceptes
Identificar al client
Amb qui competim
Anàlisi de l'entorn
Parts d'un estudi de mercat
Introducció a l'anàlisi DAFO

Objectius específics:

Presentació de les 4Ps i els conceptes bàsics del màrqueting amb l'objectiu de situar a l'alumne.
Coneixements sobre les 3 potes importants que cal tenir en compte abans de llançar una campanya de màrqueting: el client, els competidors i l'entorn.
Parts principals d'un estudi de mercat, necessari abans de llançar una campanya de màrqueting.
Presentació de l'anàlisi DAFO que pot servir a l'alumne per situar la seva empresa / projecte en un entorn canviant i poder prendre decisions estratègiques.

Dedicació: 14h 30m

Grup gran/Teoria: 4h

Activitats dirigides: 1h 30m

Aprenentatge autònom: 9h

9. Pla de marketing per videojocs

Descripció:

- Identificar les parts d'un pla de marketing per videojocs
- Pressupost
- Mètriques
- Calendarització
- Implementació

Objectius específics:

Coneixements necessaris per llançar un pla de marketing d'un videojoc.
Calcular quin pressupost necessitem per llançar el videojoc i com el finançarem.
Aprendre sobre la importància d'una bona calendarització per tenir èxit en la implementació.
Definir quins perfils necessitarem per portar a terme el pla de marketing i com s'implementarà

Dedicació: 19h 30m

Grup gran/Teoria: 8h

Activitats dirigides: 2h 30m

Aprenentatge autònom: 9h



10. Marketing Tactics & implementation

Descripció:

- Accions de marketing
- Posicionament
- Mix de mitjans
- Reputació online
- Implementació

Objectius específics:

Coneixements generals sobre les accions de marketing i com implementar-les.

Presentar accions de marketing que no necessitin grans pressupostos per arribar als seus clients.

Identificació de les formes de posicionar-se tant a nivel webb com mòbil.

Definir què és la reputació online i com es pot crear i monitoritzar.

Dedicació: 23h

Grup gran/Teoria: 9h

Activitats dirigides: 5h

Aprenentatge autònom: 9h

SISTEMA DE QUALIFICACIÓ

- 4 qüestionaris amb una ponderació total del 20%, que correspon a 3 qüestionaris a la part de màrqueting (5% c / u) i un qüestionari a la part de Distribució (5%).
- 5 activitats acomplertes durant el curs amb una ponderació total del 40%. Les 5 activitats corresponen a la part de màrqueting.
- Un treball i presentació final amb una ponderació del 30%, que correspon a 18% de la part de màrqueting i 12% de la part de distribució.
- Participació i actitud d'aprenentatge: 10%, que correspon a 7% de la part de màrqueting i 3% de la part de distribució.

Els alumnes que participin en l'avaluació contínua i no superin aquesta assignatura, podran presentar-se a la prova de reavaluació en què es tornarà a avaluar el contingut teòric (corresponent als qüestionaris - 20% de la nota final). La nota final de l'assignatura, calculada a partir d'aquest examen, no podrà superar el 5.

BIBLIOGRAFIA

Bàsica:

- Lee, R. "Business models and strategies in the video game industry: an analysis of Activision-Blizzard and Electronic Arts". DSpace@MIT [en línia]. 2013 [Consulta: 13/12/2016]. Disponible a: <http://hdl.handle.net/1721.1/81088>.
- Tabor, M.; Vrdoljak, M. Don't panic: mobile developer's guide to the galaxy [en línia]. 16th ed. Bremen: Enough Software, 2016 [Consulta: 13/12/2016]. Disponible a: http://enough.de/fileadmin/user_upload/Enough_Software_Guide_16thEdition_Web.pdf.