

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

Unitat responsable:	804 - CITM - Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia		
Unitat que imparteix:	804 - CITM - Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia		
Curs:	2019		
Titulació:	GRAU EN DISSENY I DESENVOLUPAMENT DE VIDEOJOC (Pla 2014). (Unitat docent Obligatòria) GRAU EN DISSENY I DESENVOLUPAMENT DE VIDEOJOC (Pla 2014). (Unitat docent Obligatòria)		
Crèdits ECTS:	6	Idiomes docència:	Català, Castellà

Professorat

Responsable: Estorach Cavaller, Vanessa

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'aprenentatge 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.

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

Hores totals de dedicació de l'estudiantat

Dedicació total: 150h	Hores grup gran:	30h	20.00%
	Hores grup mitjà:	18h	12.00%
	Hores grup petit:	0h	0.00%
	Hores activitats dirigides:	12h	8.00%
	Hores aprenentatge autònom:	90h	60.00%

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

Continguts

<p>1. Distribució Digital: Introducció</p>	<p>Dedicació: 12h</p> <p>Grup gran/Teoria: 4h Activitats dirigides: 1h Aprentatge autònom: 7h</p>
<p>Descripció:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Definició 1.2 Història 1.3 Factors de creixement i adopció 1.4 Cadena de valor 1.5 Models de negoci 	
<p>2. Distribució Digital: PC</p>	<p>Dedicació: 18h</p> <p>Grup gran/Teoria: 6h Activitats dirigides: 1h 30m Aprentatge autònom: 10h 30m</p>
<p>Descripció:</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Requisits tècnics 2.2 Anàlisi de mercat 2.3 Accés al mercat: consideracions de distribució 2.3 Canals de distribució: <ul style="list-style-type: none"> 2.3.1 Steam 2.3.2 Microsoft Store 2.3.2 Altres <p>Objectius específics:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

<p>3. Distribució Digital: Xbox</p>	<p>Dedicació: 6h</p> <p>Grup gran/Teoria: 2h Activitats dirigides: 0h 30m Aprentatge autònom: 3h 30m</p>
<p>Descripció:</p> <p>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</p> <p>Objectius específics:</p> <p>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</p>	
<p>4. Distribució Digital: PlayStation</p>	<p>Dedicació: 12h</p> <p>Grup gran/Teoria: 4h Activitats dirigides: 1h Aprentatge autònom: 7h</p>
<p>Descripció:</p> <p>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</p> <p>Objectius específics:</p> <p>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</p>	

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

<p>5. Distribució Digital: Nintendo</p>	<p>Dedicació: 12h</p> <p>Grup gran/Teoria: 4h Activitats dirigides: 1h Aprentatge autònom: 7h</p>
<p>Descripció:</p> <p>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</p> <p>Objectius específics:</p> <p>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</p>	
<p>6. Distribució Digital: Web</p>	<p>Dedicació: 12h</p> <p>Grup gran/Teoria: 4h Activitats dirigides: 1h Aprentatge autònom: 7h</p>
<p>Descripció:</p> <p>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</p> <p>Objectius específics:</p> <p>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</p>	

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

<p>7. Distribució Digital: Mòbil</p>	<p>Dedicació: 12h</p> <p>Grup gran/Teoria: 4h Activitats dirigides: 1h Aprentatge autònom: 7h</p>
<p>Descripció:</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.1 Requisits tècnics i legals 7.2 Anàlisi de mercat 7.3 Accés al mercat: consideracions de distribució 7.4 Canals de distribució: <ul style="list-style-type: none"> 7.4.1 iOS 7.4.2 Android 7.4.3 Amazon <p>Objectius específics:</p> <p>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</p>	
<p>8. Introducció al màrqueting</p>	<p>Dedicació: 7h 30m</p> <p>Grup gran/Teoria: 4h Activitats dirigides: 1h 30m Aprentatge autònom: 2h</p>
<p>Descripció:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>Objectius específics:</p> <p>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.</p>	

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

<p>9. Pla de marketing per videojocs</p>	<p>Dedicació: 14h 30m</p> <p>Grup gran/Teoria: 8h Activitats dirigides: 2h 30m Aprentatge autònom: 4h</p>
<p>Descripció:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar les parts d'un pla de marketing per videojocs - Pressupost - Mètriques - Calendarització - Implementació <p>Objectius específics:</p> <p>Coneixements necessaris per llençar un pla de marketing d'un videojoc. Calcular quin pressupost necessitem per llençar el videojoc i com el finançarem. Aprendre sobre la importància d'una bona calendarització per tenir èxit en la implementació. Definir quins perfils necessitem per portar a terme el pla de marketing i com s'implementarà</p>	
<p>10. Marketing Tactics & implementation</p>	<p>Dedicació: 22h</p> <p>Grup gran/Teoria: 12h Activitats dirigides: 5h Aprentatge autònom: 5h</p>
<p>Descripció:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accions de marketing - Posicionament - Mix de mitjans - Reputació online - Implementació <p>Objectius específics:</p> <p>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.</p>	

Planificació d'activitats

<p>Plà de màrqueting i distribució</p>	<p>Dedicació: 4h</p> <p>Grup petit/Laboratori: 4h</p>
<p>Descripció:</p> <p>A partir d'enunciats diferents, per grups, aquests hauran de dissenyar el pla de llançament d'un videojoc tant pel que fa a la seva distribució es refereix com a la campanya de màrqueting que ha de donar-li suport centrant-se en els mitjans d'adquisició d'usuaris que s'hagin vist en classe.</p>	

804243 - DDM - Distribució Digital i Màrqueting

Sistema de qualificació

Activitat 1 (Exàmen parcial): 15%
Activitat 2 (Pla de marketing i distribució): 50%
Activitat 3 (Exàmen final): 25%
Participació i actitud a classe: 10%

Els alumnes que participin a l'avaluació continuada i no superin aquesta assignatura, podran presentar-se a la prova de reavaluació en què es reavaluarà el contingut teòric (examen parcial i examen 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>.