

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Experto en Periodismo Deportivo (Título Propio asociado a Periodismo)		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	E-Sports		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	3
Curso:	3	Código:	32419
Periodo docente:	Quinto semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Luis Lautenschlaeger Feijó	luislaun@gmail.com

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En dicha asignatura los alumnos conocerán de forma íntegra la industria de los esports, desde sus orígenes hasta los diferentes actores que la conforman. Así, descubrirán cómo nacieron las primeras competiciones de videojuegos, cómo han ido evolucionando a lo largo del tiempo y su relevancia en la actualidad.

Sin embargo, lo más importante es que aprenderán el papel esencial que juega la comunicación en este sector, actualmente en pleno crecimiento. Un sector donde la comunicación es una piedra angular y ofrece muchas posibilidades a los periodistas o comunicadores. Podrán entender desde el papel del DIRCOM de un club hasta la misión de un Director de Cuentas en una agencia de comunicación, un streamer o un caster.

OBJETIVO

El objetivo final de la asignatura es que los alumnos conozcan al detalle el sector de los esports, los diferentes actores que lo conforman y el papel de la comunicación en una industria en plena construcción y crecimiento.

Además, deberán:

- Entender la importancia de la comunicación en los eventos de esports y la relación con los distintos agentes involucrados.
- Aprender a coordinar un departamento de comunicación de esports y a elaborar un plan de comunicación.
- Concienciar sobre la importancia del trabajo de PR y la elaboración de una buena agenda de contactos.
- Aprender a gestionar la comunicación durante las diferentes fases que envuelven a un evento o competición de esports: antes del evento, durante y después del mismo (notas de prensa, ruedas de prensa, trabajo con influencers, medición del alcance conseguido, etc.)
- Desarrollar capacidades de trabajo en equipo y coordinación con todos los involucrados en la comunicación de un evento de esta índole.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Dado que es la primera vez que se imparte una asignatura de esports, no es necesario que el alumno tenga conocimientos previos.

CONTENIDOS

Módulo 1. Qué son los esports

- 1.1. Origen y acercamiento a la industria de los esports.
- 1.2. Agentes que conforman el ecosistema de los esports y su papel en el sector.
- 1.3. Datos y tendencias actuales.

Módulo 2. Actores principales de la industria

- 2.1 Publishers.
- 2.2 Organizadores de eventos y competiciones.
- 2.3 Clubes y jugadores.
- 2.4 Broadcasters.
- 2.5 Patrocinadores.
- 2.6 Otros:
 - 2.6.1 Medios y agencias de comunicación.
 - 2.6.2 Casters.
 - 2.6.3 Influencers y líderes de opinión.
 - 2.6.4 Otros.

Módulo 3. Figura e importancia del PR o Relaciones Públicas en la comunicación

- 3.1 Qué es un PR y cuál es su misión en la comunicación.
- 3.2 Figura del PR en los esports.
- 3.3 Importancia de la agenda de contactos y elaboración de una base de datos completa.
 - 3.3.1 Relevancia del Networking.
 - 3.3.2 ¿Cómo podemos construir una relación a largo plazo con nuestros contactos?

Módulo 4. Gestión y coordinación de la comunicación de un evento de esports

- 4.1 Elaboración del plan de comunicación.
 - 4.1.1 Definición de objetivos.
 - 4.1.2 Público o target.
 - 4.1.3 Selección de mensajes clave.
 - 4.1.4 Media Landscape.
 - 4.1.5 Estrategias y acciones de comunicación.
 - 4.1.6 Timing.
 - 4.1.7 Presupuesto.
- 4.2 Construcción de marca y desestigmatización de los esports.
- 4.3 Coordinación y relación entre los distintos agentes.
- 4.4 Misión y funciones durante el evento/competición.
 - 4.4.1 Preparación de la sala de prensa.
 - 4.4.2 Recibimiento de los medios de comunicación y asignación del lugar de trabajo.
 - 4.4.3 Gestión de entrevistas.
 - 4.4.4 Ruedas de prensa.
- 4.5 Competencias después del evento/competición.
 - 4.5.1 Recopilación del clipping.
 - 4.5.2 ROI.

- 4.5.3 Evaluación y medición de KPI'S.
- 4.5.4 Envío de material gráfico e información a prensa.

Módulo 5. Creación de contenido y plataformas de retransmisión

- 5.1 Importancia de las redes sociales en el sector de los esports.
- 5.2 Twitter como plataforma fundamental de interacción en los esports.
- 5.3 Plataformas de retransmisión.
 - 5.2.1 Twitch.
 - 5.2.2 YouTube.
 - 5.2.4 Facebook Gaming.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases teóricas, donde el alumno podrá conocer todos los conceptos necesarios para entender la asignatura y el sector de los esports.
- Explicación de contenidos mediante un caso práctico real: a través del estudio del evento mundial de esports BLAST Pro Series Madrid, los alumnos podrán conocer desde los diferentes actores involucrados en un evento de esta clase, hasta las estrategias llevadas a cabo por el departamento de comunicación de la organización. Además, podrán ver todo el material con el que se trabajó y las diferentes herramientas de comunicación empleadas.
- Trabajo práctico: los alumnos podrán trabajar en clase a partir de los contenidos explicados. Por grupos, deberán ponerse en la piel del departamento de comunicación de una competición real (por ejemplo, DreamHack) y trabajar todos los puntos necesarios para que el acto tenga repercusión y alcance en medios (creación de redes sociales, diseño de una base de datos, media lanscape, estrategias, acciones, etc.) En cada clase, según lo explicado en el aula, lo visto través del caso de BLAST y charlas magistrales de profesionales del sector invitados, podrán ir avanzando paralelamente hasta organizar toda la comunicación que gira en torno a un evento de estas características.
- Charlas magistrales: para hacer más dinámicas las clases y apoyar el contenido explicado, se invitará a profesionales del sector que ofrezcan una visión real del ecosistema. Así, el objetivo es que puedan acudir representantes de todos los agentes que conforman la industria, es decir, desde publishers hasta miembros de clubes de esports o directores de agencias de comunicación.
- Empleo de herramientas de comunicación propias del sector, como Twtich, Facebook Gaming o YouTube.
- Foros de discusión y debates, donde los alumnos podrán participar y plantear temas sobre los que hablar en el aula.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
45 horas	30 horas

COMPETENCIAS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocimiento sobre el origen de los esports y los principales agentes que conforman la industria.
- Comprensión del papel de la comunicación en un sector en pleno crecimiento, así como de las herramientas que pueden ayudar a los periodistas o profesionales de la comunicación a llevar a cabo su labor de una forma eficiente.
- Capacidad para elaborar una agenda de contactos y desarrollar acciones de PR que aporten al profesional de la comunicación un valor añadido.
- Capacidad para elaborar un plan de comunicación, teniendo en cuenta todos los elementos necesarios para

posteriormente ejecutarlo con éxito y lograr los objetivos esperados.

Conocimientos sobre cómo funciona un departamento de comunicación (de una competición, de un club o de una agencia) y capacidad para coordinarse con todos los actores que conforman la industria de los deportes electrónicos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

- Asistencia a clase y participación (10%)
- Prácticas y trabajo autónomo por parte del alumno (30%)
- Trabajo final (60%)

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Los alumnos que no superen el curso en la convocatoria ordinaria, así como los alumnos de otras convocatorias que mantengan la asignatura suspensa, deberán presentarse a las convocatorias de examen oficial fijadas por la Universidad y consultar con el equipo docente de la asignatura los trabajos o exámenes a realizar en esa nueva convocatoria extraordinaria.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

1. GSIC y Global Esports Summit (2020): "La industria de los Esports: retos y oportunidades en los próximos años". Disponible en: https://sport-gsic.com/wpcontent/uploads/2020/03/La-industria-de-los-esports-Retos-y-oportunidades-en-losproximos-años_FINAL.pdf
2. Carrillo Vera, J.A. y Aguado Terrón, J.M. (2019): "The eSports ecosystem: Stakeholders and trends in a new show business". Catalan journal of communication & cultural studies, Vol. 11 (1), pp. 3-22

Complementaria

1. AEVI. (2018): "Libro blanco de los esports en España". Disponible en: http://www.aevi.org.es/web/wpcontent/uploads/2018/05/ES_libroblanco_online.pdf
2. Antón, M. y García, F. (2014): "Deportes electrónicos: una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente"
3. Antón, M. (2019): "Los deportes electrónicos (esports): el espectáculo de las competiciones de videojuegos". Tesis Doctoral Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Ed. Electrónica. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/54986/1/T41009.pdf>
4. Bányai, F., Griffiths, M.D., Király, O., et al. (2019). The Psychology of Esports: A Systematic Literature Review. J Gambl Stud, Vol. 35, pp. 351–365
5. Chanson, R. (2017): eSports. Todo lo que necesitas saber, de League of Legends al FIFA. Ed. Minotauro.
6. Collis, W. (2020): The Book of Esports: The Definitive Guide to Competitive Video Games. Ed. RosettaBooks.
7. Hamari, J. and Sjöblom, M. (2017), "What is eSports and why do people watch it?", Internet Research, Vol. 27 No. 2, pp. 211-232
8. Llorente y Cuenca (2019): "Esports: conquistando a los consumidores del futuro". Disponible en: https://ideas.llorenteycuenca.com/wpcontent/uploads/sites/5/2019/10/esports_conquistando_a_los_consumidores_del_futuro_ES-1.pdf