

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación: Grado en Creación y Narración de Videojuegos

Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Facultad/Escuela: Ciencias de la Comunicación

Asignatura: Gamificación y Uso del Videojuego en Entornos Empresariales

Tipo: Obligatoria

Créditos ECTS: 6

Curso: 4

Código: 4679

Periodo docente: Séptimo semestre

Materia: Empresa

Módulo: Organización y Producción del Videojuego

Tipo de enseñanza: Presencial

Idioma: Castellano

Total de horas de dedicación del alumno: 150

Equipo Docente	Correo Electrónico
Sergio García Cabezas	sergio.garcia@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca la formación dirigida a la materialización de proyectos de gamificación en el mercado profesional e industria del videojuego, con especial atención al apoyo del emprendimiento e implementación de ideas y proyectos propios, para que el futuro egresado pueda desempeñar su actividad de forma competente y sistemática.

Los alumnos obtendrán también los conocimientos necesarios para crear prototipos y proyectos completos gamificados y realizar, así mismo, presentaciones comerciales en el entorno empresarial.

Además, el alumno recibirá la capacitación para conocer las claves de las posibilidades del videojuego en el

ámbito empresarial mediante el conocimiento de mecánicas y entorno de juego que motiven el aprendizaje de contenidos y formas de actuar en un ambiente distendido, nuevo e innovador (favoreciendo un gameplay/experiencia memorable y cautivadora).

OBJETIVO

I- Iniciar al alumno en el hábito de la reflexión analítica y diseño de experiencias gamificadas, de manera que se acostumbre a contextualizar la realidad del videojuego desde una perspectiva contextual, inmersiva y social.
II- Identificar los principales enfoques, conceptos y teorías multidisciplinares propias del quehacer de la gamificación de productos, procesos, servicios y experiencias (y conocer su fuerte vinculación al diseño de videojuegos).
III- Saber manejar las principales herramientas de investigación que aportan las ciencias sociales y del comportamiento al análisis y diseños de experiencias inmersivas y de generación de compromiso.
IV- Analizar y producir críticamente experiencias, diseños, prototipos y proyectos ludificados.
V- Conocer y desarrollar pertinentemente las distintas fases de un proyecto de gamificación aplicado.
VI- Comprender el contexto sociocultural y las pautas de comportamiento de los jugadores en una industria global para crear diseños adaptados a cada cultura.
VII- Capacidad para transmitir la diversidad cultural mediante la producción de experiencias gamificadas y puntos de encuentro entre personas o grupos sociales de diferentes países y culturas.
VII- Equilibrar y testear diseños, prototipos y proyectos ludificados (prestando especial atención a los saberes y herramientas propios del ámbito de la experiencia de usuario UX)

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Bases de diseño y teoría de juegos.

CONTENIDOS

1. Introducción a la gamificación. Componentes, características y diseño de proyectos estratégicos gamificados. Motivación, identificación, compromiso y experiencia del jugador y comunidad en el espacio y entorno de juego.
2. Diseño de mecánicas de juego en actividades gamificadas. Diseñando para el compromiso.
3. Gamificación y cultura. Gamificando lo social. Combinación de mecánicas de juego con los aspectos sociales y contextuales de la interacción en comunidad. Espacio, narrativa, entorno e inmersión. Potencialidades de gamificación en aprendizaje y habilidades sociales.
4. Prototipado, equilibrado y testeo en diseño de experiencias gamificadas. UX, UI en el diseño de experiencias gamificadas.
6. Gamificación y videojuegos en la empresa. Prácticas y usos empresariales de gamificación y del videojuego. Fidelización de cliente, compromiso organizacional y del entorno laboral, recursos humanos, finanzas e imagen de marca.
7. Gamificación y videojuegos para la formación. Enseñar y motivar mediante el juego.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del estudiante.

TRABAJO AUTÓNOMO. En esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores). Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus metas de aprendizaje, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación

TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS: El número de alumnos programado en nuestra Universidad nos permite un trabajo grupal en grupos reducidos. Slavin define el trabajo cooperativo como "estrategias de instrucción en las que los alumnos están divididos en grupos pequeños y son evaluados según la productividad del grupo", lo que pone en juego tanto la responsabilidad individual como la interdependencia positiva, base del trabajo profesional en equipo.

SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL: que incluye entrevistas, grupos de discusión, autoinformes e informes de seguimiento tutorial.

INVESTIGACIÓN: Búsqueda de información a partir de diversas fuentes y documentos, análisis y síntesis de los datos y desarrollo de conclusiones.

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
60 horas	90 horas
CLASE EXPOSITIVA PARTICIPATIVA 35h EVALUACIÓN 4h CLASES PRÁCTICAS 10h SEMINARIOS TEÓRICO-PRÁCTICOS, TALLERES, CONFERENCIAS, MESAS REDONDAS: (Trabajo en pequeños grupos con el fin de profundizar en contenidos didácticos específicos, tutorías individuales o grupales) 11h	TRABAJOS INDIVIDUALES O EN GRUPO 30h ESTUDIO TEÓRICO Y PRÁCTICO 40h TRABAJO VIRTUAL EN RED 20h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Capacidad para sintetizar e interrelacionar los conocimientos adquiridos a lo largo del grado para aplicarlos de forma documentada y coherente a un proyecto específico.

Capacidad para integrarse en un equipo multidisciplinar con objetivos comunes, fomentando el análisis y la puesta en común de los diferentes enfoques.

Competencias específicas

Capacidad para aprovechar las posibilidades educativas del videojuego como medio de aprendizaje de contenidos y adquisición de destrezas.

Capacidad para entender la estructura, el funcionamiento, la gestión y la promoción de una empresa en el sector del ocio digital interactivo.

Capacidad para desarrollar prototipos de sistemas de juego y los métodos para su presentación comercial.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Diseñar e implementar un plan técnico en Gamificación

Manejar una amplia variedad de técnicas y herramientas para optimizar sus diseños, prototipos, proyectos y experiencias ludificadas

Comprender y conocer las diferentes aplicaciones del juego en entornos de educación, de marketing y profesionales.

Aplicar diferentes marcos de diseño de juegos en la creación de experiencias gamificadas.

Liderar proyectos innovadores vinculados a la gamificación y la consecución de objetivos en base a recompensas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Trabajos y ejercicios individuales y grupales: 80%

Asistencia y participación en las actividades presenciales en el aula y/o laboratorio: 20%

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.”

En el caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario donde la docencia haya que impartirla exclusivamente en remoto se mantienen estos porcentajes. Examen presencial.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Scolari, C. (2013) Homo Videoludens 2.0. De pacman a la gamificación. Colección Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Universidad de Barcelona.

Salen, K. & Zimmerman, E. (2003) Rules of Play. The MIT Press.

Sicart, M. (2017) Play Matters (Playful Thinking). The MIT Press.

McGonigal, J. (2016) Reality is Broken: Why games makes us better and how they can change the World. Random House UK.

Teixes, F. (2014) Gamificación: fundamentos y aplicaciones. Editorial UOC.

Fuchs, M. (2014) Rethinking Gamification. Meson Press.

Complementaria

- Huizinga, J. (2012) Homo Ludens. Alianza.
- Hunicke, R. & Leblanc, M. & Zubek, R. (2004) MDA: A formal Approach to Game Design and Game research. The MIT Press.
- Salen, K. & Zimmerman, E. (2003) Rules of Play. The MIT Press.
- Csikszentmihalyi, M. (2008) Flow: The Psychology of Optimal Experience. Harper Perennial modern Classics.
- Bartle, R. (1996) Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suits MUDs. The Journal of Virtual Environments.
- Zimmerman, G & Cunningham C. (2011) Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. O'Reilly Media.
- Chou, Y. (2019) Actionable Gamification: Beyond Points, Badges and Leaderboards. Octalysis Group.
- Koster, R. (2013) A Theory of Fun. O'Reilly Media.
- Sheldon, L. (2011) The Multiplayer Classroom: Designing Coursework as a Game. Cenage Learning PTR.
- Glee, JP. (2007) What videogames have teach us about learning and literacy. St Martin's Griffin.
- Rouse, R. (2004) Game Design: theory & practice. Jones & Bartlett Learning.
- Burke, B. (2016) Gamify: How Gamification motivates people to do extraordinary things. Routledge.
- Pink, D. (2009) Drive: The Surprising truth about what motivates us. Riverhead Books.
- Kapp, K. (2012) The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education. Pfeiffer.
- Kapp, K. (2013) The Gamification of Learning and Instruction Fieldbook: Ideas into Practice. Wiley.