

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
David García León	david.garcialeon@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

FLIPPED CLASSROOM: Con esta metodología el profesor aporta el material de estudio (videos y apuntes), para que el alumno trabaje de forma autónoma el material de estudio fuera del aula.

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.

EJERCICIOS COLABORATIVOS: En clase se proponen problemas o ejercicios cooperativos que se resuelven en grupos de dos, y que son aplicación práctica directa de la teoría trabajada mediante el metodología del Flipped Classroom

APREDIZAJE COOPERATIVO: Mediante el trabajo en un proyecto cooperativo en pequeños grupos. En este caso los alumnos se dividen en grupos que trabajan conjuntamente en la consecución de un proyecto común; siguiendo los estándares y dinámicas que se darían en el desarrollo de la citado proyecto dentro de una empresa

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.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
<ul style="list-style-type: none">• 30h• PROYECTO COOPERATIVO 30h	<ul style="list-style-type: none">• PROYECTO COOPERATIVO 20h• TRABAJO AUTÓNOMO 20h• FLIPPED CLASSROOM 50h

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

La evaluación se realizara de manera continua.

Los alumnos deberan aprobar la totalidad de las entregas

La asistencia es obligatoria y no debe ser nunca inferior al 80%

La evaluación continua se puntuara de la siguiente forma.

* 50% Evaluación de cada una de las entregas.

En el proyecto colaborativo:

* 25% Coevaluación de los integrantes del grupo,

* 20% Asistencia en clase y trabajo en el laboratorio.

* 5% Autoevaluación del alumno de su trabajo en grupo

Evaluación convocatoria extraordinaria

* 100 % Ejercicio-examen

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

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Zichermann & Cunningham Gamification by design O,Reilly 2018