



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Videojuegos: Diseño y desarrollo

Asignatura	Videojuegos: Diseño y desarrollo			
Código	P04G070V01908			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Legeren Lago, Beatriz			
Profesorado	Legeren Lago, Beatriz			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web				
Descripción general	A través de esta asignatura el alumno conocerá que es un videojuego, como se diseña, cómo se desarrolla, como se pone en el mercado.			

## Competencias de titulación

Código	Descripción
A2	Conocimiento de la historia y evolución de la fotografía, cine, radio y televisión a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo. A su vez, relacionando la evolución tecnológica e industrial con el lenguaje audiovisual y teniendo en cuenta los conceptos teórico prácticos de las representaciones visuales y auditivas, los sistemas de comunicación y transmisión de conceptos y sus realidades, así como los valores simbólicos y culturales básicos que favorezcan una correcta interpretación y análisis de los signos o códigos de la imagen en toda su extensión
A9	Conocimiento, identificación y aplicación de recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales
A22	Capacidad para la utilización de las técnicas y procesos en la organización y creación en las diversas fases de la construcción de la producción multimedia y materiales interactivos
A23	Capacidad para aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes audiovisuales, a partir del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen mediante las nuevas tecnologías de la información
A28	Capacidad para la identificación de los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial: producción, distribución y exhibición, así como de interpretar datos estadísticos del mercado audiovisual. En esta competencia se incluye la gestión y organización de los equipos humanos para la producción audiovisual existente
A31	Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización
A35	Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia
A38	Capacidad para recrear el ambiente sonoro de una producción audiovisual o multimedia atendiendo a la intención del texto y de la narración mediante la utilización de banda sonora, efectos sonoros y soundtrack
A40	Habilidad para el uso adecuado de herramientas tecnológicas, especialmente informáticas, en las diferentes fases del proceso audiovisual para que los alumnos se expresen a través de imágenes o discursos audiovisuales con la calidad técnica imprescindible
A42	Capacidad para definir proyectos personales de creación innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o su interpretación
A43	Capacidad para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado

A44	Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada
A45	Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente, asumiendo los principios de la responsabilidad social
B1	Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales
B2	Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados
B3	Capacidad para asumir riesgos: Capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos
B4	Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades
B5	Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos
B6	Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual
B7	Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, por los valores universales de educación, cultura, paz y justicia, y por los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la no discriminación de mujeres y personas con discapacidad
B8	Sensibilidad, respeto y necesidad de conservación del patrimonio cultural y audiovisual de Galicia y del mundo

### Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
1. Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión de productos interactivos y multimedia, en sus diversas fases, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios necesarios	A2
2. Ser capaz de identificar los recursos, elementos, métodos y procedimientos usados en la construcción de obras multimedia	A9
3. Capacidad para la utilización de las técnicas y procesos en la organización y creación en las diversas fases de la construcción de la producción multimedia y materiales interactivos	A22
4. Capacidad para aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a la producción multimedia, a partir del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen mediante las nuevas tecnologías de la información	A23
5. Capacidad para la identificación de los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas multimedia en su estructura industrial: producción, distribución y exhibición, así como interpretar datos estadísticos del mercado audiovisual	A28
6. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producciones interactivas	A31
7. Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de un producto multimedia	A35
8. Capacidad para recrear el ambiente sonoro de una producción multimedia atendiendo a la intención del texto y de la narración mediante la utilización de banda sonora, efectos sonoros y soundtrack	A38
9. Habilidad para el uso adecuado de herramientas tecnológicas, especialmente informáticas, en las diferentes fases del proceso de creación multimedia para que los alumnos se expresen con la calidad técnica imprescindible	A40
10. Capacidad para definir proyectos personales de creación innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo del lenguaje multimedia	A42
11. Capacidad para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado	A43
12. Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea	A44
13 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente, asumiendo los principios de la responsabilidad social	A45
14. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual	B6
15 - Sensibilidad hacia la importancia que tiene la distribución de la producción audiovisual en mercados nacionales e internacionales como medio de difusión, conservación y valorización de la cultura gallega	B8

16. Otras Competencias transversales de la titulación: Adaptación a los cambios empresariales, capacidad de trabajar en equipo, de asumir riesgos, de tomar decisiones, de autocrítica y conciencia solidaria

B1  
B2  
B3  
B4  
B5  
B7

## Contenidos

Tema	
Videojuegos. Historia y Géneros	Estado del Arte
Narración Interactiva para proyectos de entretenimiento	De la historia lineal a la narración en forma de collar de perlas
Diseño de contenidos de entretenimiento	Gráfica y Programación
Gestión de Proyectos	Equipos y Funciones
Presupuestos y Financiación	Subvenciones, Patrocinios y diferentes modelos de negocio

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos de aula	15	30	45
Trabajos tutelados	13	52	65
Sesión magistral	20	20	40

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Trabajos de aula	1.- Análisis y deconstrucción de productos de entretenimiento interactivo con la finalidad de conocer las diferentes partes de las que consta un proyecto de estas características  2.- Realización de trabajos individuales para el aprendizaje del guión interactivo. Presupuestación y presentación de proyectos.
Trabajos tutelados	Los alumnos formarán grupos para proceder a la realización de un proyecto interactivo de entretenimiento en equipo. Aplicando los conocimientos impartidos en las sesiones magistrales
Sesión magistral	Sesiones teóricas donde se facilitará a los alumnos la base sobre la industria, el estado del arte y también todos aquellos conocimientos o referencias que sean necesarias para el estudiante pueda desarrollar los trabajos encomendados, pero también aprender la realidad del sector.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Los alumnos podrán consultar con el profesor todas las cuestiones o dudas que puedan surgir a lo largo de la materia. Para ello se les informará de las horas de tutoría en las que el profesor pueda atenderles, además de en las horas de clase. Pero también se les facilitará una dirección de email de contacto para que puedan establecer contacto con el docente fuera de las horas de tutoría establecidas.  
Trabajos de aula	Los alumnos podrán consultar con el profesor todas las cuestiones o dudas que puedan surgir a lo largo de la materia. Para ello se les informará de las horas de tutoría en las que el profesor pueda atenderles, además de en las horas de clase. Pero también se les facilitará una dirección de email de contacto para que puedan establecer contacto con el docente fuera de las horas de tutoría establecidas.  
Trabajos tutelados	Los alumnos podrán consultar con el profesor todas las cuestiones o dudas que puedan surgir a lo largo de la materia. Para ello se les informará de las horas de tutoría en las que el profesor pueda atenderles, además de en las horas de clase. Pero también se les facilitará una dirección de email de contacto para que puedan establecer contacto con el docente fuera de las horas de tutoría establecidas.  

## Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos de aula	Se evaluará el grado de concreción obtenido en los trabajos según las pautas marcadas.  Así como la asistencia a aula para la realización de dichos trabajos.	20
Trabajos tutelados	El trabajo tutelado consistirá en el diseño de un proyecto de entretenimiento interactivo en grupo. Se deberá presentar al finalizar el curso.	40

---

### Otros comentarios sobre la Evaluación

---

Para aprobar la asignatura los alumnos deberán superar de forma positiva las pruebas correspondientes a cada una de las secciones en las que se divide la materia.

Si no se obtuviese una nota positiva en los trabajos no tendrá opción a presentarse a la prueba escrita., por lo que el alumno aparecería como No Presentado en la convocatoria.

Si fuese el examen escrito la prueba no superada y los trabajos tuviesen una nota cercana al notable, SOLO se deberá repetir la prueba escrita,

PERO si los trabajos no estuviesen calificados como notable, el alumno deberá volver a examinarse de toda la materia. ES DECIR, volver a realizar los trabajos y el examen

---

---

### Fuentes de información

---

Laramée, F. D, **Secrets of the Game Business**, Hingham: Charles River Media.,

Marcos Molano, M., & Santorum, M., **I Congreso Internacional de Videojuegos**, Icono 14-,

Marcos Molano, M., & Santorum, M., **La próxima Next Gen.**, Icono 14-,

Varios, <http://www.gamasutra.com>,

Martín Ibañez, E, **Videojuegos y publicidad. Cómo alcanzar las audiencias que escapan de los medios tradicionales**, Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación,

Pestano Rodríguez, J. M., Von Sprecehr, R., & Trenta, M., **Comic y Videojuegos. Dos industrias culturales en conexión**, Area Abierta , 1-15.,

Tapia Frade, A., López Iglesias, M., & Gonzalez Posada Vaticon, P., **Publicidad in Game. Los videojuegos como soporte publicitario.**, Pensar la Publicidad,

Bushoff, B et Al, **Developing Interactive Narrative Content**, Hightext Verlag,

Laramee, F.D. et Al, **Secrets of the Game Business**, Charles River Media,

Irish, Dan, **The Game Producers Handbook**, Premier Press,

Salem, K and Simmerman E, **Rules of Play**, Mit Press,

Engenfeldt-Nielsen, S.; Hedide-Smith. y Tosca, S., **Understanding Videogames**, New York Routledge,

Bogost, I, **Persuasive Games**, Cambridge Mit Press,

Murray, J, **Hamlet on the Holodeck. The future of narrative in cyberspace**, Cambridge.Mit Press,

Macluhan,M, **Understanding media: The extensions of the man**, New York. The new American Library,

Parlett, D, **The oxford history of board games**, Oxford: Oxford University Press,

---

- **RICARTE, J.M. Creatividad y Comunicación Persuasiva. Aldea Global. Barcelona, 1999.**

- BASSAT, L. El libro rojo de la publicidad. Folio. Barcelona, 1993.

- DAVIS, A.; SCOTT, J. Estrategias para - DE BONO, E. El Pensamiento Lateral. Ed Paidos Ibérica. Barcelona, 1993.

- HOPKINS, C. Mi vida en publicidad. Eresma. Madrid, 1980.

- JOANNIS.H. La creación publicitaria desde la estrategia de Márketing. Deusto. Bilbao, 1996.

- MATUSSEK, P. La creatividad. Desde una perspectiva psicodinámica. Herder. Barcelona, 1984.

La fuerza de la Publicidad. Cuadernos Cinco Días. Año 2000.

Ogilvy & la publicidad. Folio. Barcelona, 1994.

- RICARTE, J.M. Procesos y técnicas creativas publicitarias. Dpto de Cc Audiovisual y Publicidad. Servicio de Publicaciones UAB. Barcelona, 2000.

- RUSSELL, J.T; LANE, W.R. Kleppner Publicidad. Prentice Hall. México, 12ª ed.1994.

- WEBB YOUNG, J. Una técnica para producir ideas. Eresma. Madrid, 1982

- WELLS, W.; BURNETT, J; MORIARTY, S. Publicidad. Principios y Prácticas. Prentice Hall. México, 1996.

[www.anuncios.com](http://www.anuncios.com)

- [www.elpublicista.com](http://www.elpublicista.com)

[www.latinspots.com](http://www.latinspots.com)

www.marketingnews.es

www.aeap.es

---

## **Recomendaciones**

---

### **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Animación en entornos digitales y multimedia/P04G070V01402

Gestión de proyectos audiovisuales e interactivos/P04G070V01405

Guión y diseño multimedia/P04G070V01901

---