



**Guía Académica de la asignatura**

**“Gamificación”**

**GRADO EN DISEÑO Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE NARRATIVA**

**TRANSMEDIA**

**Curso 2019-2020**

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

1. DATOS BÁSICOS DE IDENTIFICACIÓN		
<b>Nombre de la Asignatura</b>	DISEÑO DE JUEGOS	
<b>Carácter</b>	Básico <input checked="" type="checkbox"/>	Obligatorio <input checked="" type="checkbox"/> Optativo <input type="checkbox"/> Prácticas Externas <input type="checkbox"/> Trabajo Fin de Grado <input type="checkbox"/>
<b>Materia</b>	EXPERIENCIAS TRANSMEDIA	
<b>Curso</b>	<b>Semestre</b>	<b>Créditos</b>
Segundo	Segundo	6 ECTS
<b>Profesor/a</b>	José Manuel Rodríguez Muñoz	
<b>Despacho</b>	<b>Teléfono</b>	<b>E-mail</b>
Transmedia	676288725	josemassa@lasallescampus.es
<b>Horario de Tutorías</b>	<i>A rellenar cuando se publique el horario académico</i>	
<b>Horario de Clases</b>	-	
<b>Periodo lectivo de la Convocatoria Ordinaria</b>	Del 3 de febrero al 7 de junio	
<b>Periodo lectivo de la Convocatoria Extraordinaria</b>	Del 30 de junio al 5 de julio	

---

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA****2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA**

<b>Asignaturas que debe haber superado el alumnado</b>	No se han establecido.
<b>Conocimientos previos esenciales para el seguimiento de la asignatura</b>	No se han establecido.
<b>Conocimientos previos recomendables para el seguimiento de la asignatura</b>	No se han establecido.
<b>Otras observaciones</b>	Dentro de la materia a la que pertenece esta asignatura también se encuentran las asignaturas de " <i>Inteligencia artificial, robótica y big data</i> ", " <i>Educación y Transmedia</i> " y " <i>Realidad virtual y realidad aumentada</i> " con las que se establece una especial vinculación.

---

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA****3. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA**

- OA2: Comprender la importancia de la transmedia en los entornos educativos.
- OA3: Describir la forma del trabajo del coordinador TIC con proyectos transmedia.
- OA4: Diseñar e implementar un plan técnico en Gamificación y Transmedia.
- OA5: Liderar proyectos innovadores vinculados a la gamificación y la consecución de objetivos en base a recompensas.
- OE1: Comprender y conocer las diferentes aplicaciones del juego en entornos de educación, de marketing y profesionales.
- OE2: Aplicar diferentes marcos de diseño de juegos en la creación de experiencias gamificadas.
- OE3: Diseñar y desarrollar propuestas creativas de juego sujetas a restricciones específicas y al servicio de objetivos concretos.

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA****4. COMPETENCIAS A DESARROLLAR EN LA ASIGNATURA****4.1 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA MATERIA-ASIGNATURA**

- E1. Aplicar la tecnología de una forma global, innovadora y creativa en el diseño y gestión de proyectos transmedia.
- E12. Diseñar programas tecnopedagógicos innovadores en procesos docentes de índole presencial o a distancia.
- E13. Gamificar entornos tecnológicos y analógicos llevando a cabo procesos de cambio y mejora.
- E14. Gestionar procesos de diseño de videojuegos en entornos profesionales.
- E17. Guionizar y diseñar las mecánicas, dinámicas y estéticas del juego en proyectos de ocio tecnológico.

**4.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

- T1. Capacidad de análisis y síntesis
- T2. Capacidad de organización y planificación
- T3. Conocimientos informáticos relativos al ámbito de estudio
- T5. Resolución de problemas
- T7. Trabajo en equipo
- T14. Creatividad

**4.3 COMPETENCIAS NUCLEARES**

- N5. Capacidad reflexiva: actuar conforme a las verdades del pensamiento para conferir a los conocimientos la capacidad suficiente para describir, explicar y validar datos observables para así explorar el alcance y la precisión de las ideas.

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**
**5. DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA**

<b>Bloque 1</b>	LA GAMIFICACIÓN		
<b>Créditos</b>	<b>Horas Interacción Profesorado (lectivas)</b>	<b>Horas Trabajo Autónomo</b>	<b>Semanas Lectivas Previstas</b>
0.75	10.5	5	3
<b>Descripción del contenido del bloque</b>			
<p>En este Bloque I aprenderemos sobre el uso del juego como herramienta de educación, motivación, fidelización y promoción, así como su influencia y uso a lo largo de la historia.</p> <p>¿Qué es Gamificación?          Historia de la Gamificación          El Juego como Servicio</p>			
<b>Bibliografía básica del bloque</b>			
<p>Scolari, C. (2013) <i>Homo videoludens 2.0. De pacman a la gamification</i>. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Universitat de Barcelona.</p> <p>Salen, K &amp; Zimmerman, E. (2003) <i>Rules of Play</i>. The MIT Press.</p> <p>Sicart, M. (2017) <i>Play Matters (Playful Thinking)</i>. The MIT Press.</p> <p>Mcgonigal, J. (2016) <i>Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World</i>, Random House UK.</p> <p>Teixes, F. (2014) <i>Gamificación: fundamentos y aplicaciones</i>. Editorial UOC</p> <p>Fuchs, M. (2014) <i>Rethinking Gamification</i>. Meson Press.</p>			
<b>Bibliografía complementaria del bloque</b>			
<p>Huizinga, J. (2012) <i>Homo Ludens</i>. Alianza.</p> <p>Caillois, R. (1986) <i>Los Juegos y los Hombres</i>. Colección Popular.</p>			

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

Bloque 2	TRANSMEDIA Y GAMIFICACIÓN		
Créditos	Horas Interacción Profesorado (lectivas)	Horas Trabajo Autónomo	Semanas Lectivas Previstas
1	10.5	15	3
<b>Descripción del contenido del bloque</b>			
<p>En este Bloque II aprenderemos del uso del marco de diseño de juegos MDA para crear experiencias atractivas de gamificación y juego, todo desde el punto de vista de la transmedia como punto de unión y entrada a nuestro contenido gamificado.</p> <p>Canales de Juego            La Gamificación desde el MDA            Dinámicas y Fidelización            Estéticas y Atracción</p>			
<b>Bibliografía básica del bloque</b>			
<p>Jenkins, H. (2006). <i>Convergence culture: Where old and new media collide</i>. New York University Press.</p> <p>Zeisser A. (2015) <i>Transmedia Marketing: From Film and TV to Games and Digital Media</i>. Routledge,</p> <p>Hunicke, R. &amp; Leblanc, M. &amp; Zubek, R. (2004) <i>MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research</i>. The MIT Press.</p> <p>VARIOS (2012) <i>10 Videojuegos que han revolucionado la Cultura Contemporánea</i>, Errata Naturae.</p>			
<b>Bibliografía complementaria del bloque</b>			
<p>Scolari, C. (2013) <i>Homo videoludens 2.0. De pacman a la gamification</i>. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Universitat de Barcelona.</p>			

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

<b>Bloque 3</b>	<b>JUGADORES, USUARIOS Y CONSUMIDORES</b>		
<b>Créditos</b>	<b>Horas Interacción Profesorado (lectivas)</b>	<b>Horas Trabajo Autónomo</b>	<b>Semanas Lectivas Previstas</b>
1.25	10.5	20	3
<b>Descripción del contenido del bloque</b>			
<p>En este Bloque III aprenderemos sobre las diferencias entre Jugador, Usuario y Consumidor, explorando diferentes acercamientos a la gamificación a través de la psicología humana.</p> <p>Juego como Producto          Psicología del Jugador: Juego en Grupo          Consumidor vs Jugador          Tipos de No Jugador: Desmotivación</p>			
<b>Bibliografía básica del bloque</b>			
<p>Csikszentmihalyi, M. (2008) <i>Flow: The Psychology of Optimal Experience</i>. Harper Perennial Modern Classics.</p> <p>Swink, S.(2008) <i>Game Feel: A Game Designer's Guide to Virtual Sensation</i>. CRC Press.</p> <p>Bartle, R. (1996) '<i>Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs</i>'. The Journal of Virtual Environments.</p> <p>Zimmerman, G &amp; Cunningham C. (2011). <i>Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps</i>. O'Reilly Media, Inc.</p> <p>Chou, Y. (2019) <i>Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards</i>. Octalysis Group</p>			
<b>Bibliografía complementaria del bloque</b>			
<p>Schell, J. (2008) <i>The Art of Game Design: A book of lenses</i>. CRC Press.</p> <p>Koster, R. (2013) <i>A Theory of Fun</i>. O'Reilly Media, Inc.</p>			



**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

<b>Bloque 4</b>	<b>JUEGO Y EDUCACIÓN</b>		
<b>Créditos</b>	<b>Horas Interacción Profesorado (lectivas)</b>	<b>Horas Trabajo Autónomo</b>	<b>Semanas Lectivas Previstas</b>
1.5	14	25	4
<b>Descripción del contenido del bloque</b>			
<p>En este Bloque IV, exploraremos los elementos que definen y modulan los juegos, aprendiendo a analizar cualquier tipo de juego o experiencia lúdica, aislando sus componentes básicos para poder aplicarlos en el diseño de juegos.</p> <p>Didáctica del Juego          Serious Games          Storytelling</p>			
<b>Bibliografía básica del bloque</b>			
<p>Scolari, C. (2013) <i>Homo videoludens 2.0. De pacman a la gamification</i>. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Universitat de Barcelona.</p> <p>Sheldon, L. (2011) <i>The Multiplayer Classroom: Designing Coursework as a Game</i>, Cengage Learning PTR</p> <p>Glee, JP (2007) <i>What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy</i>. St. Martin's Griffin</p> <p>Kapp, K. (2012) <i>The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education</i>. Pfeiffer.</p> <p>Kapp, K. (2013) <i>The Gamification of Learning and Instruction Fieldbook: Ideas into Practice</i>. Wiley.</p>			
<b>Bibliografía complementaria del bloque</b>			

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

<b>Bloque 5</b>	<b>JUEGO Y MARKETING</b>		
<b>Créditos</b>	<b>Horas Interacción Profesorado (lectivas)</b>	<b>Horas Trabajo Autónomo</b>	<b>Semanas Lectivas Previstas</b>
1.5	14	25	4
<b>Descripción del contenido del bloque</b>			
<p>En este Bloque V aprenderemos sobre el uso de la gamificación en las estrategias de marketing y fidelización, así como en el uso de la psicología del juego para atraer y motivar.</p> <p>Mercado y Juego          Engaging: Sistemas de Fidelización          Monetización: Modelos de Mercado</p>			
<b>Bibliografía básica del bloque</b>			
<p>Rouse, R. (2004) <i>Game design: theory &amp; practice..</i> Jones &amp; Bartlett Learning.</p> <p>Burke, B. (2016) <i>Gamify: How Gamification Motivates People to Do Extraordinary Things</i> Routledge</p> <p>Pink, Daniel H. (2009) <i>Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us.</i> Riverhead Books.</p> <p>Isbister, K. (2017) <i>How Games Move Us (Playful Thinking): Emotion by Design.</i> MIT Press.</p>			
<b>Bibliografía complementaria del bloque</b>			
<p>Koster, R. (2013) <i>A Theory of Fun.</i> O'Reilly Media.</p>			

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**
**6. METODOLOGÍA**
**Interacción con el profesorado**

Sesión magistral <input checked="" type="checkbox"/>	Debate y puesta en común <input checked="" type="checkbox"/>	Exposición por alumnado <input checked="" type="checkbox"/>
Técnicas de dinámica de grupo <input type="checkbox"/>	Trabajos en equipo <input checked="" type="checkbox"/>	Ejercicios de simulación <input type="checkbox"/>
Estudio de casos <input checked="" type="checkbox"/>	Aprendizaje basado en problemas (ABP) <input type="checkbox"/>	Prácticas laboratorio <input type="checkbox"/>
Portafolio <input type="checkbox"/>	Trabajo por proyectos <input checked="" type="checkbox"/>	Resolución de problemas <input type="checkbox"/>
Cine-fórum <input checked="" type="checkbox"/> (CAMBIADO POR LUDOFORUM)	Análisis documental <input type="checkbox"/>	Conferencias <input type="checkbox"/>
Actividades de aplicación práctica <input checked="" type="checkbox"/>	Prácticas de taller <input type="checkbox"/>	Búsqueda de información y documentación <input checked="" type="checkbox"/>
Tutorías programadas <input checked="" type="checkbox"/>	Actividades externas <input type="checkbox"/>	Otros ..... <input type="checkbox"/>

**Características de la metodología y elección del proceso de trabajo**

Al entender la Gamificación no sólo como la aplicación de mecánicas de juego en entornos no lúdicos, sino como el juego al servicio de algo, ya sea la sociedad, un campaña o un objetivo, esta asignatura contempla la gamificación como un ejercicio de comunicación y definición. Así, todos los bloques están contruidos de forma que el alumno desarrolle su capacidad primero como analista de experiencias lúdicas de forma práctica y luego como creador de estas experiencias, desde el punto de vista de la Educación y del Marketing respectivamente.

**Descripción de la metodología**

La metodología de aprendizaje se basará en el trabajo práctico, tanto en solitario como en grupos, posterior a un proceso de debate e investigación de las ideas presentadas en los diferentes bloques. Para ello, el alumno contará con la supervisión del profesor durante el trabajo práctico en el aula, así como revisiones del trabajo autónomo del alumno.

El debate, la comunicación y la presentación de trabajos, así como la crítica constructiva y el análisis de los trabajos del grupo, formarán parte del aprendizaje y desarrollo de la materia. Cada uno de los bloques tendrán como objetivo desarrollar en el alumno una comprensión profunda sobre la naturaleza del juego y como este afecta a la psicología humana, potenciando sus capacidades desde un punto de vista ético y responsable.

Estas tareas no estarán limitadas sólo al trabajo autónomo del alumno, sino también a las clases supervisadas por el profesor, donde se realizará una tarea de apoyo y guía del desarrollo del alumno.

**Trabajo autónomo**

Trabajos y tareas individuales   
 Trabajos en equipo   
 Estudio y/o preparación de la asignatura   
 Lecturas y ampliaciones

**Descripción de la previsión de trabajo autónomo del alumnado**

El trabajo autónomo del alumno se basa en la realización de las tareas libres asignadas durante la clase. Estas tareas dependerán del estado de desarrollo de la asignatura y el avance del alumno durante su trabajo autónomo.

---

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

<b>Tutorías programadas</b> (descripción del proceso de tutoría y su relevancia -en el desarrollo de los aprendizajes de la asignatura)
---

--

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

**7. DISTRIBUCIÓN HORARIA DEL CURSO**

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

<b>8. DISTRIBUCIÓN DE CARGAS DE TRABAJO</b>		<b>Horas</b>	<b>Porcentaje</b>
Interacción con el profesorado	Contenido teórico	30 h	40 % (60 horas)
	Contenido práctico	20 h	
	Tutorías programadas	4 h	
	Pruebas de evaluación	6 h	
Trabajo autónomo	Trabajos y tareas individuales	25 h	60 % (90 horas)
	Trabajos en equipo	35 h	
	Estudio y/o preparación de asignatura	10 h	
	Lecturas y ampliaciones	20 h	
Carga total de horas de trabajo: 25 horas x 6 ECTS		150 h	

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**
**9. EVALUACIÓN**
**Técnicas e instrumentos y porcentajes**

Examen. Prueba objetiva	15 %	Examen. Prueba de desarrollo	0 %
Lecturas (recensión, comentario)	5 %	Trabajo individual	25 %
Trabajo en grupo	25 %	Exposición en clase	10 %
Portafolio	0 %	Participación	0 %
Asistencia	5 %	Otros.....	0 %

**Descripción del proceso de evaluación (técnicas, instrumentos y criterios)**
**Sistema de evaluación correspondiente a los estudiantes que asisten a clases presenciales:**

La evaluación se llevará a cabo mediante la entrega de trabajos y proyectos, basada en un sistema de avance gamificado: el alumno deberá entregar trabajos con fechas fijas, que serán corregidos esa semana. Más adelante, el alumno podrá volver a realizar estas entregas (durante el desarrollo de la asignatura) para recibir una mejor calificación.

Existirá una prueba objetiva de examen teórico donde el alumno deberá demostrar sus conocimientos sobre el contenido teórico de la asignatura. Los alumnos podrán repetir el mismo en la convocatoria extraordinaria contemplada en esta guía.

En la guía de trabajo de cada bloque se especifican las actividades y los criterios de evaluación que se van a proponer.

Se requiere que el alumno asista a un 70% de las clases para poder ser evaluado según la convocatoria ordinaria.

**Criterios de evaluación específicos para la convocatoria extraordinaria**

En caso de que la asignatura no se supere y quede pendiente en la convocatoria ordinaria, el o la estudiante tiene derecho a utilizar una convocatoria extraordinaria para recuperarla dentro de la misma matrícula, según la normativa académica vigente.

La prueba extraordinaria consistirá en un trabajo individual a entregar junto con la realización de un examen teórico. El trabajo deberá incluir y demostrar los conocimientos aplicados de la asignatura, mientras que el examen comprobará los conocimientos teóricos de la misma.

En la convocatoria extraordinaria se mantienen los mismos criterios de evaluación que en la ordinaria, tal como se han descrito más arriba. Esto implica que el estudiante debe completar las actividades de evaluación que no haya superado en la convocatoria ordinaria (exámenes, pruebas de evaluación, trabajos u otro tipo de actividades) dentro del plazo establecido en el periodo de convocatoria extraordinaria para esta asignatura.

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

<b>10. TABLA RESUMEN DE LA PLANIFICACIÓN DOCENTE DE LA ASIGNATURA</b>					
SEMANA	CONTENIDOS	COMPETENCIAS	METODOLOGÍA. INTERACCIÓN CON PROFESORADO	METODOLOGÍA. TRABAJO AUTÓNOMO	EVALUACIÓN
1	Bloque I: ¿Qué es Gamificación? Historia de la Gamificación El Juego como Servicio	E13, T1, T5, N5	Trabajo por proyectos, Basado en Problemas	Lecturas, Investigación	Trabajo Individual
2					
3					
4	Bloque II: La Gamificación desde el MDA Dinámicas y Fidelización Estéticas y Atracción Canales de Juego	E1, E17, T1, T2, T3, T5, T7, T14, N5	Trabajo por proyectos, Basado en Problemas	Lecturas, Trabajo en equipo, Investigación	Trabajo Individual, Trabajo en grupo
5					
6					
7	Bloque III: Juego como Producto Psicología del Jugador: Juego en Grupo Consumidor vs Jugador Tipos de No Jugador: Desmotivación	E1, E17, T1, T2, T3, T5, T7, T14, N5	Trabajo por proyectos, Basado en Problemas	Lecturas, Trabajo en equipo, Investigación	Trabajo Individual, Trabajo en grupo
8					
9					
10	Bloque IV: Didáctica del Juego Serious Games Storytelling	E1, E13, E17, T1, T2, T3, T5, T7, T14, N5	Trabajo por proyectos, Basado en Problemas	Lecturas, Trabajo en equipo, Investigación	Trabajo Individual, Trabajo en grupo. Prueba Examen Objetiva
11					
12					
13					
14	Bloque V: Mercado y Juego	E1, E13, E17, T1, T2, T3, T5, T7, T14, N5	Trabajo por proyectos, Basado en Problemas	Lecturas, Trabajo en equipo, Investigación	Trabajo Individual,
15					



**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA**

16	Engaging: Sistemas de Lecturas, Trabajo en equipo, Investigación Fidelización				Trabajo en grupo
17	Monetización: Modelos de Mercado				