Máster Título Propio
Gamificación en Videojuegos



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Gamificación en Videojuegos

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Acceso web: www.techtitute.com/videojuegos/master/master-gamificacion-videojuegos

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Dirección de curso — pág. 18

05 Estructura y contenido — pág. 22

06 Metodología — pág. 32

07 Titulación — pág. 40

01

Presentación

La industria de los videojuegos ha adquirido millones y millones de nuevos consumidores, que desean vivir una experiencia única y memorable. Entender el comportamiento de esos usuarios es básico a la hora de desarrollar nuevos productos. En este sentido, para lograr la fidelización del jugador y obtener los objetivos deseados en cada proyecto, es necesario especializarse. En este programa el alumno obtendrá todos los conocimientos necesarios, en torno a la Gamificación en Videojuegos desde una perspectiva integral de negocios para ser un profesional del diseño altamente especializado.





Al terminar este programa serás capaz de completar con éxito el desarrollo de un videojuego gamificado”

El diseño de un buen videojuego conlleva la implicación de diversos profesionales y elementos a considerar. Ser un profesional integral, capaz de desarrollar proyectos de éxito es lo que se desea tanto en el ámbito empresarial como individual. Conocer en profundidad el área de la gamificación y los problemas existentes en su desarrollo y expansión, permiten crear videojuegos atractivos para el público objetivo, sabiendo cuáles son sus motivaciones, comportamientos y necesidades.

Es allí donde resalta la calidad programática de este Máster Título Propio en Gamificación en Videojuegos; ya que el profesional dominará tanto la parte técnica esencial para el desarrollo del mismo como los fundamentos básicos de sus buenas prácticas. Será posible el dominio de la psicología para entender la experiencia del usuario. El uso de herramientas y técnicas para generar ideas creativas, en un mundo donde parece ya todo estar hecho, y entender las claves del dominio del negocio ante la oportunidad de presentar un prototipo al mercado.

Una capacitación que marca la diferencia en la experiencia profesional del alumno, pudiendo adaptarla a su agenda actual con organización y poco esfuerzo, ya que la distribución del contenido está diseñada para brindar comodidad y agilidad en todos los procesos. Gracias a la metodología implementada por TECH Universidad Tecnológica, con una visión moderna y haciendo uso del sistema más avanzado.

Destaca la posibilidad que tiene el profesional de elegir desde dónde, cómo y cuándo estudiar, por ser una titulación 100% online. Pudiendo iniciarse desde cualquier tipo de dispositivo con conexión a internet, pero también ofreciendo la posibilidad de descargar todo el material didáctico para su consulta. El alumno contará con docentes profesionales, que le acompañarán en todo el recorrido de su aprendizaje durante los 12 meses de programación.

Este **Máster Título Propio en Gamificación en Videojuegos** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en el desarrollo de videojuegos
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto y trabajos de reflexión individual
- Los foros de discusión, chat, salas de reuniones y comunidad de expertos
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo, fijo o portátil, con conexión a internet

Dominarás la narrativa y guionización para gamificación, y serás capaz de generar ideas innovadoras para tus videojuegos”

Con este Máster Título Propio entenderás la importancia de la psicología en el desarrollo de un videojuego memorable"

Diseñar videojuegos a los que todos deseen entrar, solo es posible aplicando la Gamificación.

Tú tienes el deseo de alcanzar un mejor futuro. TECH tiene las herramientas. Estudia en un entorno de calidad, 100% online y seguro.

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del programa. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

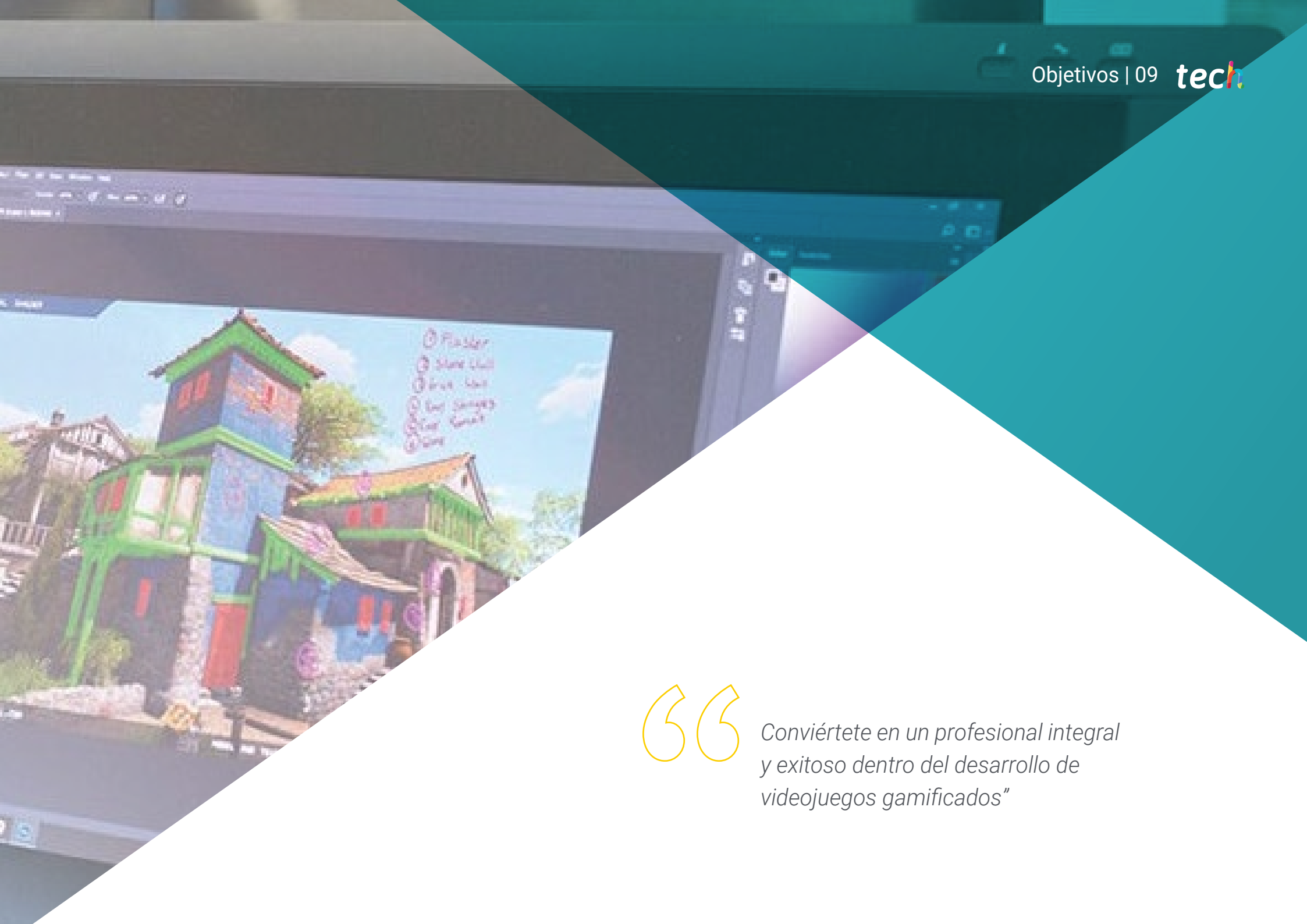


02

Objetivos

Debido a la importancia que cobra la tecnología en la actualidad, el auge del entretenimiento digital y el comportamiento evolutivo de los usuarios, este programa se plantea como objetivo principal, preparar profesionales altamente capacitados y con cualidades diferenciadoras dentro de la industria del videojuego. Estudiando en profundidad la Gamificación al igual que otras materias necesarias como la psicología, el eficiente manejo de modelos de negocios y ventas. Completando de esta manera el perfil de un profesional integral exitoso, dentro del desarrollo de videojuegos.





Conviértete en un profesional integral y exitoso dentro del desarrollo de videojuegos gamificados”

Objetivos generales

- Dominar en profundidad el ámbito de la gamificación, su desarrollo y expansión
- Analizar todas las variables de los videojuegos y su industria
- Profesionalizar las bases teóricas de la gamificación aplicada en cada campo de especialización
- Lograr autonomía en el desarrollo de videojuegos y sus especializaciones
- Conocer la construcción, aplicación y necesidades de los juegos de mesa para su extrapolación en productos gamificados
- Estudiar la conducta de los jugadores y su nivel de satisfacción dentro de un producto diseñado
- Potenciar los conocimientos de diseño para hacer videojuegos atractivos y fáciles de usar
- Manejar los procesos de documentación especializada
- Explorar el comportamiento del mundo de los negocios y ventas

Conoce otros modelos en la gamificación mediante casos de estudio como Speed Camer y Amazon Pain Squad, entre otros”





Objetivos específicos

Módulo 1. Gamificación

- Conocer en profundidad el lenguaje del desarrollo de juegos gamificados
- Analizar la evolución de la gamificación y sus competidores
- Resolver problemas dentro del desarrollo profesional de la gamificación
- Adquirir las competencias necesarias de un desarrollador profesional de juegos gamificados

Módulo 2. Gamificación aplicada a Videojuegos

- Conocer en profundidad las motivaciones de los jugadores
- Analizar experiencias de los usuarios para potenciar el empleo del producto gamificado
- Profundizar en los objetivos dentro del diseño de juego
- Entender en detalle los propósitos en los que funcionan los juegos gamificados

Módulo 3. Diseño de juegos gamificados

- Diferenciar de manera profesional los productos interactivos y sus medios
- Interiorizar la misión, visión y los valores del desarrollo y diseño de juegos
- Creación de un diseño consistente según las bases teóricas del diseño para juegos de mesa
- Analizar tipos de productos
- Profundizar en los diferentes roles profesionales de la industria del juego

Módulo 4. *Game desing* y Gamificación

- Dominar las herramientas y fundamentos del diseño de videojuegos
- Examinar los géneros y la tipología de los juegos disponibles en el mercado
- Aplicar el modelo MDA con éxito en el desarrollo de videojuegos gamificados
- Implementar las recompensas de juego para una diferenciación en el mercado
- Interpretar el diseño de niveles y mundos para optimizar la experiencia del jugador
- Balancear la economía del juego para una progresión de juego exitosa

Módulo 5. Documentación en videojuegos

- Aplicar de forma profesional los pilares del diseño de videojuegos dentro de los sistemas de personaje, cámara y control
- Interpretar la documentación especializada dentro de la industria del videojuego
- Documentar la información relacionada al diseño del juego de forma ordenada y útil
- Dominar las estrategias de comunicación para un eficiente trabajo en equipo

Módulo 6. Psicología del jugador

- Analizar el comportamiento del jugador para la optimización del producto
- Descubrir los impulsores del comportamiento del usuario dentro del entorno interactivo
- Entender las necesidades y motivaciones de la psicología de un jugador para reformarlas dentro del diseño del juego gamificado
- Profundizar en los diversos tipos de jugadores según expertos

Módulo 7. Experiencia de usuario para gamificación

- Identificar la mejor forma de incluir interfaz dentro de un producto según sus necesidades
- Desarrollar mapas de pantallas que describan el funcionamiento del producto para una buena comunicación con el equipo de desarrollo
- Aplicar las leyes relacionadas dentro de la experiencia del jugador en un producto
- Aplicar eficientemente los principios de interfaz en el desarrollo de un producto





Módulo 8. Narrativa y guionización para gamificación

- Usar métodos y herramientas que faciliten la generación de ideas para una narrativa exitosa
- Crear mundos y personajes creíbles para la mente humana en un contexto imaginario
- Aplicar las estructuras clásicas narrativas para una construcción completa de la historia
- Desarrollar la estructura por excelencia dentro de la industria del videojuego en nuevos productos

Módulo 9. Modelos de negocio y venta de videojuegos gamificados

- Conocer los modelos de negocio de la industria y sus personajes
- Analizar la importancia de la marca y su aplicación de forma exitosa
- Ahondar en las formas de obtención de capital para el desarrollo de nuevos productos
- Identificar el prototipo adecuado cada tipo de producto
- Entender las claves a seguir para la venta de un prototipo

Módulo 10. Diseño de la gamificación y otros modelos

- Desarrollar a la perfección el proceso de diseño dentro del campo de la gamificación
- Idear nuevos casos de éxito a partir de productos conocidos y buenas prácticas
- Aplicar las métricas y analíticas a favor del desarrollo dentro de un producto lanzado
- Conocer diferentes modelos y casos de éxito para definir objetivos propios
- Completar con éxito el desarrollo de un producto gamificado

03

Competencias

La industria de los videojuegos y entretenimiento digital, debido a su constante crecimiento y evolución, depende para su desarrollo de personal cualificado. No solo a nivel teórico, sino que en la práctica destaque, que sea capaz de establecer soluciones eficientes y presentar ideas innovadoras ante las necesidades de la industria e incluso plantear nuevas. Es así, como este programa contiene todo lo necesario para especializarse en gamificación de videojuegos y ser un profesional del diseño altamente especializado.



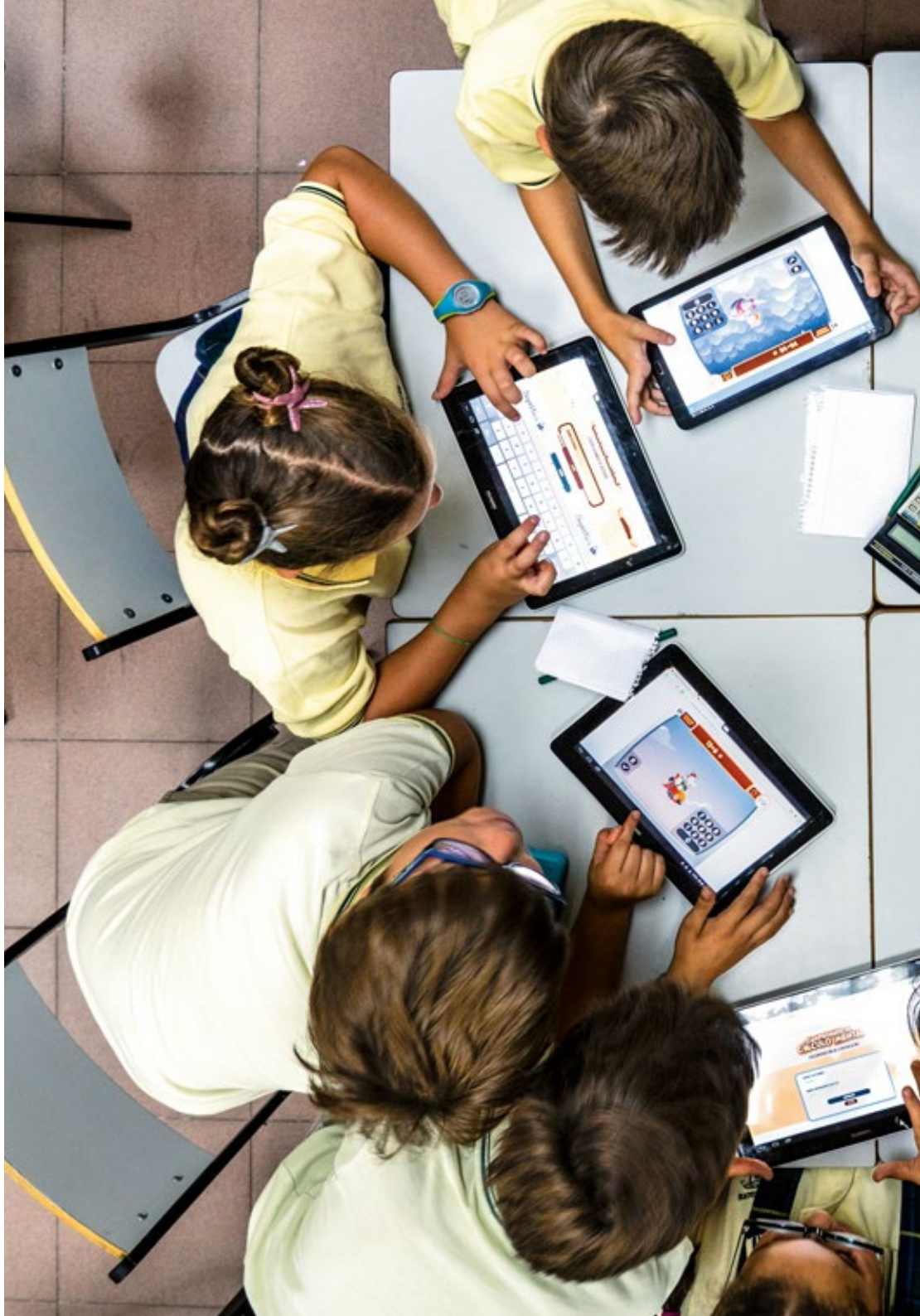


Adquiere las más novedosas técnicas y conocimientos en Gamificación en Videojuegos y destaca al desarrollar videojuegos”

Competencias generales

- Desarrollar un videojuego gamificado de forma profesional
- Solventar problemas comunes de forma autónoma
- Manejar los procesos de documentación especializada
- Adaptarse a los diferentes tipos de modelos y entornos dentro de la gamificación
- Aplicar la psicología en el desarrollo de sus productos
- Dominar las estrategias de comunicación
- Crear contextos narrativos ajustados a cada necesidad

Conviértete en un profesional con habilidades cada vez más requeridas en el mercado"





Competencias específicas

- Estudiar el contexto actual de la gamificación
- Entender los diferentes problemas de la gamificación
- Estudiar casos reales de videojuegos exitosos
- Analizar los propósitos de los videojuegos gamificados
- Comprender el origen de los juegos de mesa y su mecánica
- Añadir la interacción como elemento importante en el desarrollo del juego
- Comprender la psicología del jugador
- Aplicar de forma correcta las interfaces
- Crear contextos narrativos que encajen en el objetivo del producto
- Conocer los modelos de negocio y venta dentro de la industria del videojuego

04

Dirección del curso

Con la finalidad de brindar una capacitación de calidad, TECH Universidad tecnológica ha recurrido a profesionales expertos en el diseño de productos interactivos, permitiendo así que el alumno pueda profesionalizarse y destacar en un entorno laboral tan competitivo como lo es la industria digital. Este equipo docente le proporcionará todos los conocimientos y experiencias necesarias para desempeñarse de manera exitosa en el campo de la Gamificación de Videojuegos con un aval de calidad.





Supera tus límites y apóyate de los expertos para llegar al éxito”

Dirección



Dña. Vicent Gisbert, Victoria

- Diseñadora de Productos Interactivos
- Productora y Game Designer
- Técnico en desarrollo de Aplicaciones
- Graduada en Diseño de Productos Interactivos (U-TAD)



05

Estructura y contenido

Siguiendo los parámetros de calidad del sistema de estudio de TECH Universidad Tecnológica y haciendo uso de la metodología más innovadora, el presente título destaca en su estructura y desarrollo del contenido. La forma como ha sido diseñado hará más ágil la experiencia del alumno. Son 10 módulos dentro de los cuales se desprenden temáticas específicas para la mejor organización y comprensión en un máximo de 12 meses. A través de un campus virtual, con la posibilidad de descargar el material a ser consultado cuando el estudiante lo requiera.





Contarás con diversidad de formatos tanto teóricos como prácticos para facilitar la experiencia de estudio”

Módulo 1. Gamificación

1.1. La Gamificación
- 1.1.1. Gamificación
- 1.1.2. Ludificación
- 1.1.3. Juegos

1.2. *Game learning and behaviour design*
- 1.2.1. *Game-based learning*
- 1.2.2. *Human focused design*
- 1.2.3. *Behavioural design*

1.3. *E-learning y playful learning*
- 1.3.1. *E-learning*
- 1.3.2. *Playful learning*
- 1.3.3. *Edutaiment*

1.4. Tipos de Gamificación
- 1.4.1. Juegos serios
- 1.4.2. Juegos de entretenimiento
- 1.4.3. Juegos transmedia

1.5. Contextos sociales de la gamificación
- 1.5.1. AED
- 1.5.2. DED
- 1.5.3. Obstáculos

1.6. Profesionalización de la gamificación
- 1.6.1. Profesionales
- 1.6.2. Desconocimiento
- 1.6.3. Puentes

1.7. Problemas en gamificación
- 1.7.1. Tiempo
- 1.7.2. Dinero
- 1.7.3. Público objetivo

1.8. Tecnologías en gamificación
- 1.8.1. Tecnología
- 1.8.2. PBL
- 1.8.3. Rechazo

1.9. Videojuegos, juegos y narrativa
- 1.9.1. Videojuegos
- 1.9.2. Juegos de mesa
- 1.9.3. Narrativa

1.10. Usabilidad, psicología y negocio
- 1.10.1. Usabilidad
- 1.10.2. Psicología
- 1.10.3. Negocio

Módulo 2. Gamificación aplicada a videojuegos

2.1. Gamificación en videojuegos
- 2.1.1. Objetivos
- 2.1.2. Evaluaciones
- 2.1.3. Prácticas

2.2. Motivación en videojuegos
- 2.2.1. Intrínseca
- 2.2.2. Extrínseca
- 2.2.3. Contraposición

2.3. Fomento de la gamificación
- 2.3.1. Identidad
- 2.3.2. Independencia
- 2.3.3. Comunidad

2.4. Fallos y competencias
- 2.4.1. Fallos
- 2.4.2. Competencias
- 2.4.3. Exploración

2.5. *Maple:* motivación
- 2.5.1. Compañía
- 2.5.2. Poder
- 2.5.3. Colaboración

2.6. *Maple:* concienciación
- 2.6.1. Ética y moral
- 2.6.2. Salud física y mental
- 2.6.3. *Newsgames*

2.7. *Maple:* realidad
- 2.7.1. Competencias
- 2.7.2. Psicología
- 2.7.3. Dificultades

2.8. *Maple:* persuasión
- 2.8.1. *Product placement*
- 2.8.2. *Advergaming*
- 2.8.3. Ideologías y estereotipos

2.9. *Maple:* aprendizaje
- 2.9.1. Cotidianeidad
- 2.9.2. Entorno empresarial
- 2.9.3. Habilidades blandas

2.10. *Maple:* evaluación
- 2.10.1. Tratamientos
- 2.10.2. Educación
- 2.10.3. Beneficio propio

Módulo 3. Diseño de juegos gamificados

3.1. Diseño de juegos gamificados
- 3.1.1. Juego
- 3.1.2. Videojuego
- 3.1.3. El diseño

3.2. Perfiles involucrados
- 3.2.1. Programador
- 3.2.2. Artista
- 3.2.3. Diseñador

3.3. Producción y QA
- 3.3.1. Productor
- 3.3.2. QA
- 3.3.3. Guionista

3.4. Otros roles
- 3.4.1. Compositor
- 3.4.2. Roles especialistas
- 3.4.3. Intermediarios

3.5. Misión
- 3.5.1. Rol del diseñador
- 3.5.2. Conocimientos valiosos
- 3.5.3. Desarrollo en solitario

3.6. Visión
- 3.6.1. Posibilidades
- 3.6.2. Ambición
- 3.6.3. Visión retrospectiva

3.7. Valores de la gamificación
- 3.7.1. *Constraints*
- 3.7.2. Planificación
- 3.7.3. *Target*

3.8. Especialidades
- 3.8.1. Meta
- 3.8.2. Nicho
- 3.8.3. Guerras clónicas

3.9. Prototipado
- 3.9.1. Prototipo en papel
- 3.9.2. De juego a videojuego
- 3.9.3. Juegos de mesa

3.10. Estructuras
- 3.10.1. Estructura y elementos
- 3.10.2. Tormenta de ideas
- 3.10.3. Las cinco preguntas

Módulo 4. *Game design* y gamificación

4.1. *Gameplay*
- 4.1.1. *Gameplay*
- 4.1.2. Reglas
- 4.1.3. *Setting*

4.2. Inmersión
- 4.2.1. Coherencia
- 4.2.2. Suspensión de la incredulidad
- 4.2.3. Dimensiones

4.3. Herramientas y técnicas
- 4.3.1. Prueba y corrección
- 4.3.2. Experiencia
- 4.3.3. MDA *framework*

4.4. Modelo MDA
- 4.4.1. Mecánicas
- 4.4.2. Dinámicas
- 4.4.3. Estéticas

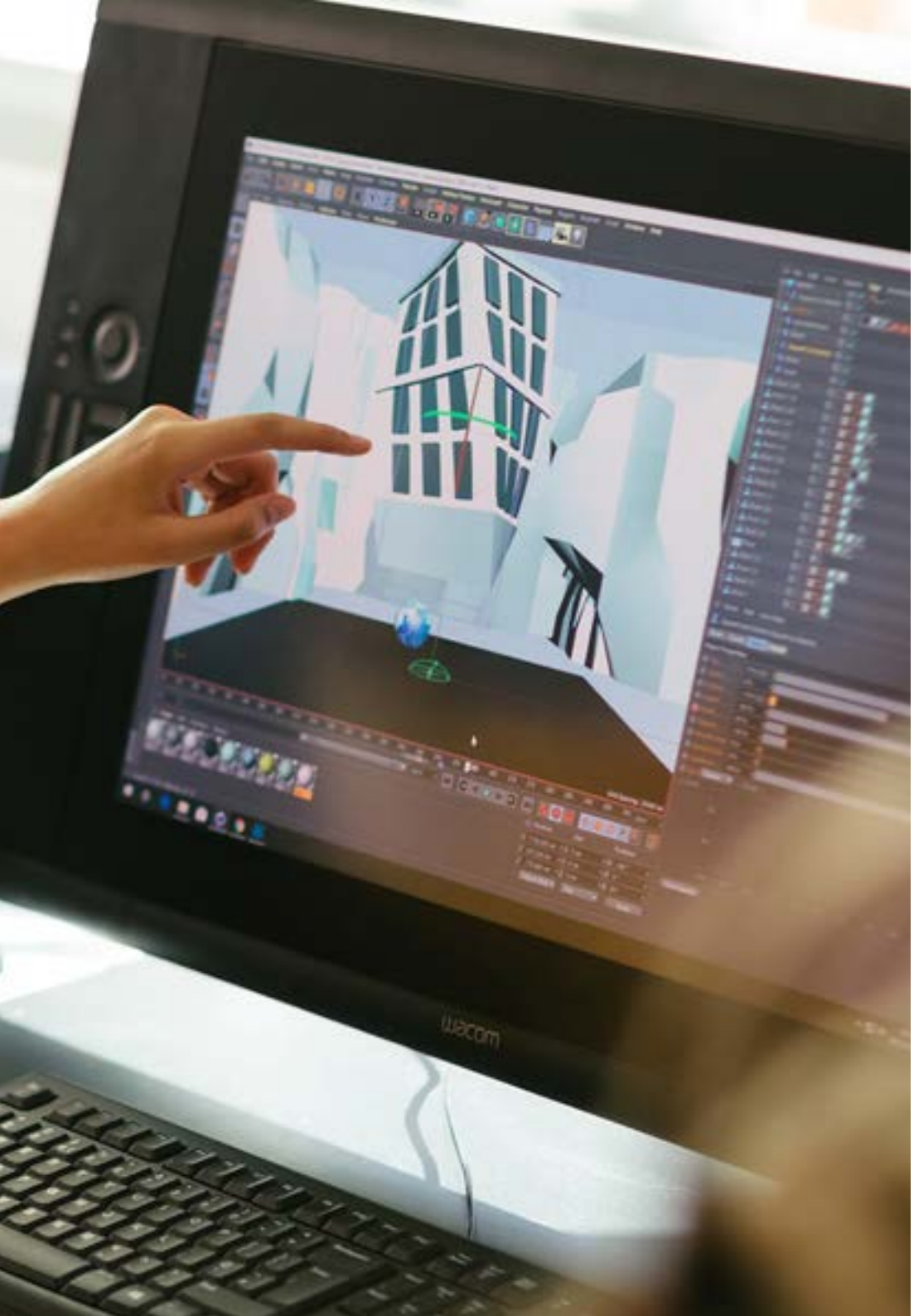
4.5. Elementos de diseño
- 4.5.1. Géneros
- 4.5.2. Modos de juego
- 4.5.3. Dinámicas núcleo

4.6. Tipos de objetivos
- 4.6.1. Corto plazo
- 4.6.2. Medio plazo
- 4.6.3. Largo plazo

4.7. Recompensas: ludificación
- 4.7.1. Estructura lúdica
- 4.7.2. Desafíos
- 4.7.3. Progresión

4.8. Recompensas: historias
- 4.8.1. Historias
- 4.8.2. Secretos
- 4.8.3. Sistema





4.9. Diseño de niveles
- 4.9.1. *Paper design*
- 4.9.2. Curva de dificultad
- 4.9.3. Teoría del *flow*

4.10. Economía
- 4.10.1. Elementos
- 4.10.2. Funciones
- 4.10.3. Regulación

Módulo 5. Documentación en videojuegos

5.1. Las Tres C's
- 5.1.1. Personaje (*Character*)
- 5.1.2. Cámara
- 5.1.3. Control

5.2. Personaje
- 5.2.1. Fisiología
- 5.2.2. Personalidad
- 5.2.3. Mecánicas

5.3. Cámara
- 5.3.1. Puntos de vista
- 5.3.2. Control de cámara
- 5.3.3. Guías de cámara

5.4. Control
- 5.4.1. Ergonomía del control
- 5.4.2. Relativo al personaje
- 5.4.3. Relativo a la cámara

5.5. Documentos generales
- 5.5.1. *Game Concept*
- 5.5.2. *Game Treatment*
- 5.5.3. *Game Document Design*

5.6. Documentos específicos
- 5.6.1. Diseño
- 5.6.2. Ingeniería
- 5.6.3. Redacción

5.7. *Game Document Design*
- 5.7.1. Documentación
- 5.7.2. Comunicación
- 5.7.3. Normas generales

5.8. GDD: *one page*
- 5.8.1. Utilidad
- 5.8.2. Estructura
- 5.8.3. Diseño

5.9. GDD: *ten pages*
- 5.9.1. Utilidad
- 5.9.2. Estructura
- 5.9.3. Diseño

5.10. Herramientas de documentación
- 5.10.1. La regla del tres
- 5.10.2. Progresión del juego
- 5.10.3. Cuadro de victoria

Módulo 6. Psicología del jugador

6.1. Sociología en videojuegos
- 6.1.1. Individuo
- 6.1.2. Comunidad
- 6.1.3. Sociedad

6.2. Psicología en videojuegos
- 6.2.1. Cognitiva
- 6.2.2. Afectiva
- 6.2.3. Comportamiento

6.3. Necesidades en el entretenimiento
- 6.3.1. Entretenimiento
- 6.3.2. Diversión
- 6.3.3. Motivación

6.4. Sentimientos
- 6.4.1. Deseo
- 6.4.2. Poder
- 6.4.3. Necesidad

6.5. Pirámide de Maslow
- 6.5.1. Supervivencia
- 6.5.2. Existencia
- 6.5.3. Evaluación

6.6. Diseño de comportamiento
- 6.6.1. Psicología conductivista
- 6.6.2. Condicionamiento clásico
- 6.6.3. Condicionamiento operante

6.7. Calendario de refuerzos
- 6.7.1. Instinto
- 6.7.2. Método
- 6.7.3. Intervalos

6.8. Mapa de recompensas
- 6.8.1. Recompensas
- 6.8.2. Pausas
- 6.8.3. Compensadores

6.9. Contrastes
- 6.9.1. Extinción
- 6.9.2. Nivelación
- 6.9.3. Evitación

6.10. Jugadores
- 6.10.1. Bartle
- 6.10.2. Ami Jo Kim
- 6.10.3. Marczewski

Módulo 7. Experiencia de usuario para gamificación

7.1. Interfaz en videojuegos
- 7.1.1. Guía de diseño usable
- 7.1.2. UI: en la historia del juego
- 7.1.3. UI: en el mundo del juego

7.2. Flujo de pantallas
- 7.2.1. Aspecto estético
- 7.2.2. Aspecto funcional
- 7.2.3. Interacción

7.3. Visión perceptual
- 7.3.1. Consideraciones
- 7.3.2. Leyes de Gestalt
- 7.3.3. Combinación

7.4. Usabilidad: eficiencia y eficacia
- 7.4.1. Eficiencia
- 7.4.2. Eficacia
- 7.4.3. Satisfacción

7.5. Usabilidad: percepción e intuición
- 7.5.1. Percepción
- 7.5.2. Intuición
- 7.5.3. Retención

7.6. Jugabilidad
- 7.6.1. Intrínseca
- 7.6.2. Mecánica
- 7.6.3. Artística

7.7. Jugabilidad interactiva
- 7.7.1. Interactiva
- 7.7.2. Intrapersonal
- 7.7.3. Interpersonal

7.8. UI: consistencia
- 7.8.1. Consistencia
- 7.8.2. Facilidad de uso
- 7.8.3. Control de usuario

7.9. UI: posicionamiento
- 7.9.1. Posicionamiento
- 7.9.2. Organización visual
- 7.9.3. Balance y peso

7.10. UI: puntos de atención
- 7.10.1. Punto de atención
- 7.10.2. Movimiento del ojo
- 7.10.3. Colores

Módulo 8. Narrativa y guionización para gamificación

8.1. Ideas para videojuegos
- 8.1.1. Reglas
- 8.1.2. Bloqueos
- 8.1.3. Diversión

8.2. Triangulo de la rareza
- 8.2.1. Personaje
- 8.2.2. Mundo
- 8.2.3. Actividades

8.3. Personajes
- 8.3.1. Tipos
- 8.3.2. Secundarios
- 8.3.3. Arquetipos de Jung

8.4. Mundos
- 8.4.1. Mundo como personaje
- 8.4.2. Mapas
- 8.4.3. Línea histórica

8.5. Narrativas
- 8.5.1. Narración y narrativa
- 8.5.2. Puntos de vista
- 8.5.3. Voces y diálogos

8.6. Tiempos
- 8.6.1. Analepsis
- 8.6.2. Prolepsis
- 8.6.3. Paralipsis

8.7. Estructura clásica
- 8.7.1. Estructura
- 8.7.2. Puntos de giro
- 8.7.3. La escaleta

8.8. El camino del héroe: estructura
- 8.8.1. Partida
- 8.8.2. Iniciación
- 8.8.3. Regreso

8.9. El camino del héroe: herramientas
- 8.9.1. Arco del personaje
- 8.9.2. Monomito
- 8.9.3. Herramientas

8.10. Guion no lineal

Módulo 9. Modelos de negocio y venta de videojuegos gamificados

9.1. Comunicación
- 9.1.1. Desarrolladores
- 9.1.2. Empresas
- 9.1.3. *Publishers*

9.2. Promoción
- 9.2.1. *Crowfounding*
- 9.2.2. Eventos
- 9.2.3. Incubadoras

9.3. Inversores
- 9.3.1. Venture capital
- 9.3.2. *Seed money*
- 9.3.3. *Angel investor*

9.4. Marca: identificación
- 9.4.1. Logotipo
- 9.4.2. Arte conceptual
- 9.4.3. Tarjetas personales

9.5. Marca: exposición
- 9.5.1. Presencia en la web
- 9.5.2. *Merchandising*
- 9.5.3. *Presskit*

9.6. Marketing
- 9.6.1. Propio
- 9.6.2. Delegado
- 9.6.3. Público

9.7. Argumentos de venta
- 9.7.1. Números
- 9.7.2. Estadísticas
- 9.7.3. USP

9.8. Prototipos: mecánica
- 9.8.1. Mecánica
- 9.8.2. Estética
- 9.8.3. Tecnología

9.9. Otros prototipos
- 9.9.1. Emergente
- 9.9.2. Vertical
- 9.9.3. Horizontal

9.10. *Pitch*
- 9.10.1. Estructura
- 9.10.2. Ventas
- 9.10.3. Prensa

Módulo 10. Diseño de la gamificación y otros modelos

10.1. Herramientas
- 10.1.1. Análisis
- 10.1.2. Métricas
- 10.1.3. Actores

10.2. Ggdd
- 10.2.1. Objetivo
- 10.2.2. Comportamiento
- 10.2.3. Jugadores

10.3. Ggdd: motivadores e implicaciones
- 10.3.1. Motivadores
- 10.3.2. Implicación
- 10.3.3. MDA

10.4. Ggdd: entretenimiento
- 10.4.1. Diversión
- 10.4.2. Herramientas
- 10.4.3. AAI

10.5. Casos de estudio
- 10.5.1. *Speed camera*
- 10.5.2. *Amazon*
- 10.5.3. *Pain squad*

10.6. Juegos serios
- 10.6.1. Utilidad
- 10.6.2. Obstáculos
- 10.6.3. Caso de estudio

10.7. Juegos sociales
- 10.7.1. Conexiones
- 10.7.2. Viralización
- 10.7.3. Caso de estudio

10.8. Juegos educativos
- 10.8.1. Problema
- 10.8.2. Aprendizaje como medio
- 10.8.3. Caso de estudio

10.9. Juegos publicitarios
- 10.9.1. Diferencias
- 10.9.2. Ventajas
- 10.9.3. Caso de estudio

10.10. Juegos transmedia
- 10.10.1. Inclusión
- 10.10.2. Creación
- 10.10.3. Caso

No dejes escapar la oportunidad de evolucionar en tu campo profesional. Matricúlate ahora en este Máster Título Propio en Gamificación en Videojuegos”

07

Titulación

El Máster Título Propio en Gamificación en Videojuegos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Máster Título Propio en Gamificación en Videojuegos** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio en Gamificación en Videojuegos**

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**



tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

Gamificación en Videojuegos

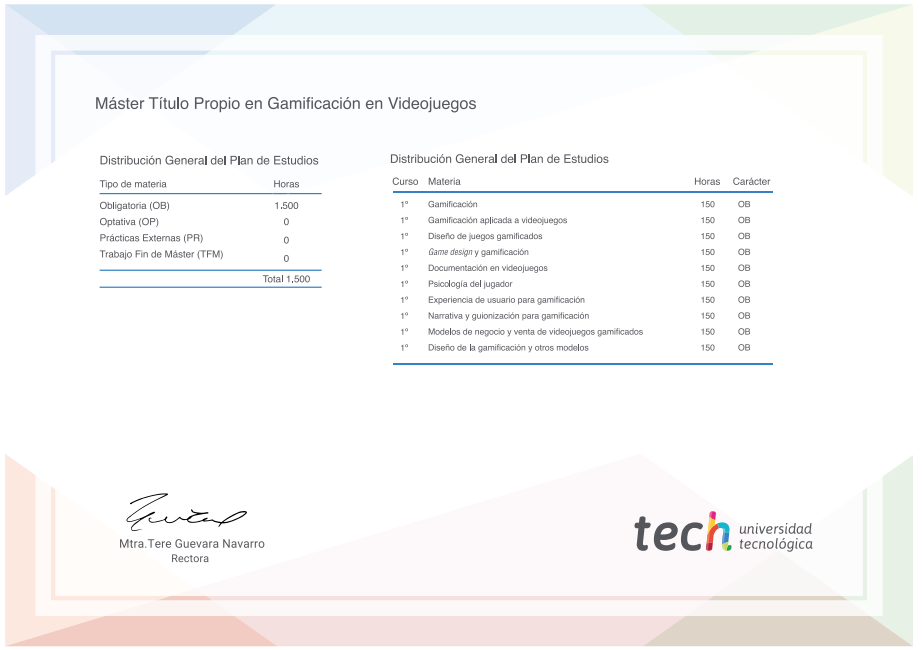
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos



Máster Título Propio en Gamificación en Videojuegos

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Gamificación	150	OB
1º	Gamificación aplicada a videojuegos	150	OB
1º	Diseño de juegos gamificados	150	OB
1º	*Game design* y gamificación	150	OB
1º	Documentación en videojuegos	150	OB
1º	Psicología del jugador	150	OB
1º	Experiencia de usuario para gamificación	150	OB
1º	Narrativa y guionización para gamificación	150	OB
1º	Modelos de negocio y venta de videojuegos gamificados	150	OB
1º	Diseño de la gamificación y otros modelos	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Gamificación en Videojuegos

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio
Gamificación en Videojuegos



tech universidad tecnológica