

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Contexto socioeconómico de la industria de los esports.

Descripción: la asignatura presenta la estructura tecno-socioeconómica que posee la industria actual de los esports, sus actores, actividades y relaciones fundamentales, así como las tendencias que marcarán su futura evolución. El acercamiento a los datos económicos reales del mercado, la caracterización de usuarios y audiencias, el análisis de informes comerciales y económicos emitidos por consultoras y analistas son aspectos fundamentales para iniciar cualquier actividad profesional en un sector tan dinámico como el de los esports. Se estudiará la composición del ecosistema de la industria, sus elementos, funcionamiento y principales modelos de gestión y de negocio que presenta la escena profesional de los esports a nivel global y nacional. Del mismo modo, se debatirá sobre los retos, fortalezas y debilidades de la industria, así como sus posibles soluciones de sostenibilidad y consolidación a medio y a largo plazo.

Carácter: obligatoria

Créditos ECTS: 6

Contextualización: la asignatura se concibe como uno de los pilares teóricos básicos sobre los que se sostendrán el resto de materias de la titulación. Pretende actuar a modo, precisamente, de contextualización del estado actual general de la industria desde una perspectiva científica recurriendo a fuentes primarias y secundarias emitidas por los propios actores de la industria y a la propia investigación del docente.

Modalidad: Online

Temario:

- Tema 1. Panorama general de la industria de los esports actual.
- Tema 2. Teoría y modelos de ecosistema en los esports.
- Tema 3. Ecosistema actual de los esports y funcionamiento.
- Tema 4. Modelos de gestión y de negocio en la industria de los esports.
- Tema 5. Retos presentes y futuros de la industria.

Competencias:

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CT1 - Razonamiento crítico: capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.

CT2 - Capacidad de análisis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.

CT4 - Autonomía: habilidad para elegir estrategias, herramientas y momentos que se consideren más efectivos para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.

CT5 - Relaciones interpersonales: capacidad de relacionarse positivamente con otras personas por medios verbales y no verbales, a través de la comunicación asertiva, entendiéndose por ésta, la capacidad para expresar o transmitir lo que se quiere, lo que se piensa o se siente sin incomodar, agredir o herir los sentimientos de otra persona.

CT6 - Emprendimiento e iniciativa: capacidad para acometer con resolución acciones dificultosas o azarosas. Capacidad para anticipar problemas, proponer mejoras y preservar en su consecución. Preferencia por asumir y llevar a cabo actividades.

CT7 - Comunicación oral y escrita: capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción.

CT8 - Resolución de problemas: capacidad para encontrar solución a una cuestión confusa o una situación complicada sin solución predefinida, que dificulte la consecución de un fin.

CT9 - Utilización de TIC: capacidad para utilizar eficazmente las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta para la búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información, así como para el desarrollo de habilidades comunicativas.

CE1 - Conocer los stake-holders o grupos de interés existentes en el sector nacional e internacional

CE9 - Conocer los modelos de negocio seguidos por distintas organizaciones y/o entidades en el sector.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas y prácticas	18	100
Tutorías	15	100
Trabajo autónomo	115	0
Prueba de evaluación final	2	100

Metodologías docentes:

- Lección magistral
- Lección magistral participativa
- Estudios de caso
- Trabajo cooperativo
- Tutorías de seguimiento

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Portafolio de actividades	0.0	60.0
Prueba de evaluación	0.0	40.0

Bibliografía:

- AEVI. (2018). *Libro Blanco de los esports en España*. Recuperado de AEVI website: http://www.aevi.org.es/web/wpcontent/uploads/2018/05/ES_libroblanco_online.pdf
- AEVI. (2019). *La industria del videojuego en España*. Anuario 2018 [Estado de la industria]. España: AEVI.
- Aguado, J. M., Feijóo González, C., & Martínez, I. J. (Eds.). (2013). *La comunicación móvil: Hacia un nuevo ecosistema digital*. Barcelona: Gedisa.
- Antón-Roncero, M. (2018). *Los deportes electrónicos (esports). El espectáculo en las competiciones de videojuegos*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Boluk, S., & LeMieux, P. (2017). *Metagaming: Playing, competing, spectating, cheating, trading, making, and breaking videogames*. University of Minnesota Press.
- Borowy, M., & Jin, D. Y. (2013). Pioneering eSport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests. *International Journal of Communication*, 7, 2254-2274.
- Carrillo Vera, J. A., & Aguado Terrón, J. M. (2019). The eSports ecosystem: Stakeholders and trends in a new show business. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(1), 3-22. https://doi.org/10.1386/cjcs.11.1.3_1
- Carrillo Vera, J. A. (2016). From players to viewers: The construction of the media spectacle in the e-sports context. *Anàlisi*, 0(55), 1-1. <https://doi.org/10.7238/a.v0i55.2893>
- Carrillo Vera, J. A. (2015). La dimensión social de los videojuegos ‘online’: De las comunidades de jugadores a los ‘e-sports’. *Index Comunicació*, 10(1), 39-51.
- Cheung, G., & Huang, J. (2011). Starcraft from the stands: Understanding the game spectator. Proceedings of the *SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 763-772. <https://doi.org/10.1145/1978942.1979053>
- Elder, R. (2017). *The eSports Ecosystem. Competitive Landscape and Revenue Opportunities in Video Game Sports*. Business Insider.
- Feijóo, C., Gómez-Barroso, J.-L., Aguado, J.-M., & Ramos, S. (2012). Mobile gaming: Industry challenges and policy implications. *Telecommunications Policy*, 36(3), 212–221.

- Fransman, M. (2010). *The new ICT ecosystem: Implications for policy and regulation*. Cambridge University Press.
- Fransman, M. (2014). *Models of innovation in global ICT firms: The emerging global innovation ecosystems*. *JRC Science and Policy Report*, University of Edinburgh.
- Hamari, J., Macey, J., Sjöblom, M., & Törhönen, M. (2019). *Esports Final Report* [Research Project]. Recuperado de Faculty of Information Technology and Communication Sciences, Tampere University website: <https://www.tut.fi/Gamification/2019/01/24/esports-final-report/>
- Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014). Streaming on twitch: Fostering participatory communities of play within live mixed media. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1315-1324. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557048>
- Harper, T. (2013). *The culture of digital fighting games: Performance and practice*. Routledge.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jin, D. Y. (2010). *Korea's online gaming empire*. The MIT Press.
- Li, R. (2017). *Good luck have fun: The rise of esports*. Skyhorse Publishing, Inc.
- Merwin, C. D., Sugiyama, M., Mubayi, P., Hari, T., Terry, H. P., & Duval, A. (2018). *The World of Games eSports From Wild West to Mainstream* [Equity Research]. Recuperado de Goldman Sachs website: <https://www.goldmansachs.com/insights/pages/infographics/e-sports/report.pdf>
- Mora-Cantallops, Marcal. (2018). *Exploring Player Experience and Social Networks in MOBA Games: The Case of League of Legends*. Universidad de Alcalá, Madrid.
- Newzoo. (2018a). *Newzoo Global Esports Market Report 2018*. Amsterdam: Newzoo.
- Newzoo. (2019d). *Newzoo Global Esports Market Report 2019 | Light Version*. Recuperado de Newzoo website: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2019-light-version/>
- Scholz, T. M. (2019b). *ESports is Business: Management in the World of Competitive Gaming*. Springer.
- Seo, Y., & Jung, S.-U. (2014). Beyond solitary play in computer games: The social practices of eSports. *Journal of Consumer Culture*, 16(3), 1-21. <https://doi.org/10.1177/1469540514553711>
- Seo, Yuri. (2013). Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13-14), 1542-1560. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.822906>
- Sjöblom, M. (2011). *Business models in e-sports, case: Starcraft 2*. Aalto University. Recuperado de <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/4298>
- Suits, B. (1988). Tricky triad: Games, play, and sport. *Journal of the Philosophy of Sport*, 15(1), 1-9.
- SuperData. (2015). *Esports Market Brief 2015/2016 Update* [Esports Market Report]. New York: SuperData Research.
- SuperData. (2017). *Esports Courtside: Playmakers of 2017* [Esports Global market report]. New York: SuperData Research.

- Taylor, T. L. (2012). *Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming*. MIT Press.
- Taylor, T. L. (2018). *Watch me play: Twitch and the rise of game live streaming*. Princeton University Press.