Universidad de Navarra

Diseño de videojuegos

Guía docente 2025-26

PRESENTACIÓN

Breve descripción:

"**Diseño de videojuegos**" es una asignatura teórico práctica gamificada. Los alumnos se dividirán en equipos de entre 1 y 5 personas con el objetivo de crear un GDD (Game Design Document), un plan de lanzamiento al mercado (Portada del juego, artículo para prensa y trailer) y un prototipo de videojuego.

- **Titulación**: Comunicación Audiovisual, Periodismo, Marketing
- **Módulo/Materia**:
  - Periodismo: Módulo Vi. Materia 1. Optativas
  - Comunicación audiovisual: Módulo VII. Materia 1. Optativas
  - Marketing: Módulo VI. Optatividad. Nivel 1. Formación Complementaria
- **ECTS**: 3 ECTS
- **Curso, semestre**: 3˚y 4˚año de carrera / Segundo cuatrimestre
- **Carácter**: Optativa
- **Profesorado**: Andrea Lamorgese
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Viernes 15:00 - 17:00. Aula 10.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Competencias de la asignatura

- Comprender los principios del desarrollo de un juego para poder aplicarlo

- Adquirir el conocimiento técnico básico para aprender el proceso de creación de un juego

- Poner en práctica el conocimiento mediante la realización de un proyecto

Resultados de Aprendizaje del GRADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

1.HABILIDADES

RAO6 - Aplicar el pensamiento creativo y habilidades prácticas en el desarrollo de proyectos de diseño de un juego

RAO13 - Identificar y aplicar los elementos específicos de la producción audiovisual en las distintas fases de la elaboración de contenidos audiovisuales.

Resultados de Aprendizaje del GRADO DE PERIODISMO

1.HABILIDADES

RAO6 - Aplicar el pensamiento creativo y habilidades prácticas en el desarrollo de proyectos de diseño de un juego

RAO13 - Identificar y aplicar los elementos específicos de la producción audiovisual en las distintas fases de la elaboración de contenidos audiovisuales.

Competencias del GRADO DE MARKETING

CEO1 - Aplicar el pensamiento creativo y habilidades prácticas en el desarrollo de proyectos de diseño de un juego

CEO9 - Adquirir habilidades para desarrollar campañas de comunicación y de marketing basadas en storytelling.

CEO15 - Identificar y aplicar los elementos específicos de la producción audiovisual en las distintas fases de la elaboración de contenidos audiovisuales.

PROGRAMA

CLASES TEÓRICAS

1. Planificación

- Definición de diseño de juegos
- Los componentes de un juego
- Introducción al GDD (Game Design Document).
- Diseño centrado en el jugador.
- Reglas del juegos de la asignatura

2. Preproducción

- Tipos y géneros de juegos de mesa y videojuegos
- Los tres pilares del diseño: mecánicas, estética y narrativa
- Cómo hacer un Benchmark
- Monetización

3. Producción 1

- Diseño de mecánicas de juego.
- Game Loop
- Game FeeL

3.1 Producción 2

- Personajes con personalidad/ habilidades
- El Lore como instrumento
- Principios de diseño de niveles
- Economía de Juego

4. Lanzamiento

- Estrategias de marketing para juegos Indie vs juegos triple AAA
- Plataformas de lanzamientos, procesos y análisis resultados
- Plan de Marketing

Universidad de Navarra

CLASES PRÁCTICAS

1. Planificación

- Creación y maquetación del GDD

2. Preproducción

- Benchmark y referencias

3. Producción

- Creación del prototipo y Plan de Marketing

4. Lanzamiento

- Exposición y lanzamiento de los juegos

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura se divide en:

Clases Teóricas

● Duración: 10 horas, repartidas en 5 clases.

● Contenido: Exploración de los principios de las 4 áreas fundamentales de la producción de juegos: Planificación, Preproducción, Producción y Lanzamiento.

Clases Prácticas

● Duración: 18 horas, repartidas en 9 clases.

● Contenido: Desarrollo y maquetación de Documentos de Diseño de Juegos (GDD), planes de lanzamiento y prototipos de juego. Los estudiantes tendrán la oportunidad de utilizar programas gratuitos como Unreal Engine o Godot para crear sus prototipos de videojuegos.

Gamificación

La asignatura incluirá elementos de gamificación para fomentar la participación en clase. Además de las 3 entregas principales, los grupos actuarán como pequeñas desarrolladoras independientes y podrán entregar pequeñas piezas de texto o contenido audiovisual durante las clases prácticas para sumar puntos a su nota final.

Estas entregas simularán las comunicaciones estratégicas que las desarrolladoras de juegos reales utilizan para potenciar el lanzamiento de sus juegos. Algunos ejemplos de estas comunicaciones incluyen actualizaciones de desarrollo (Dev Update), notas de prensa, tweets, piezas de Lore o avances del progreso del juego (sneak peek).

Estas comunicaciones serán proyectadas en clase y todos los grupos evaluarán su calidad y potencial de “viralidad”, otorgando de **1 a 5 “wishlist” a cada comunicación**. El grupo que obtenga más “wishlist” ganará un bonus durante la exposición final del proyecto.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Examen: 30%

Desarrollo del juego: 60%

Este trabajo se desarrollará en 3 entregas:

- Entrega del GDD - 50%
- Entrega Plan de Marketing - 25%
- Entrega Prototipo - 25%

La nota del trabajo se remitirá a los alumnos dos semanas después de la entrega final, de tal modo que los alumnos puedan retocar el proyecto en casa si desean subir la calificación. Se convendrá la nueva fecha de entrega con el profesor.

Asistencia y participación en clase: 10%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Examen: 30%

Desarrollo del juego: 70%. La convocatoria extraordinaria consistirá en la realización de una práctica final similar a la de la primera convocatoria.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Profesor que imparte la asignatura

Andrea Lamorgese. El horario de atención requiere cita previa enviando un correo al profesor: lamo.andrea@gmail.com.

Profesora Coordinadora

Dra. María Del Rincón Yohn (mdel@unav.es)

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

“The Art of Game Design: A Book of Lenses”:

- Autor: Jesse Schell.
- Editorial: CRC Press.
- Año de publicación: 2008 (primera edición) 1.

“Clockwork Game Design”:

- Autor: Keith Burgun.
- Editorial: Taylor & Francis.
- Año de publicación: 2015 2.

“Characteristics of Games”:

- Autores: George Skaff Elias, Richard Garfield y K. Robert Gutschera.
- Editorial: The MIT Press.
- Año de publicación: 2020 3.

“The Oxford History of Board Games”:

- Autor: David Parlett.
- Editorial: Oxford University Press.
- Año de publicación: 1999 4.

“Theory of Games and Economic Behavior”:

- Autores: John von Neumann y Oskar Morgenstern.
- Editorial: Princeton University Press.
- Año de publicación: 1944 5.

“Pensando, Rápido y Lento”:

- Autor: Daniel Kahneman.
- Editorial: Penguin Random House.
- Año de publicación: 2011 6.

Artículos:

Mecánicas de juego más habituales en los videojuegos”: Este artículo de Tokio School

Mecánicas. Lo que hace a un videojuego ser un juego”: En este artículo de ALG Academy

Las narrativas en los videojuegos de mundo abierto.

Cuando los videojuegos cuentan historias: un estudio sobre la influencia de la interactividad en la narración | ACTIO NOVA: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada (uam.es)