**karta przedmiotu**

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Marketing i aspekty biznesowe gier |
| Rocznik studiów | 2022/2023 |
| Kolegium | Kolegium Informatyki Stosowanej |
| Kierunek studiów | Informatyka |
| Poziom kształcenia | Studia pierwszego stopnia - licencjackie |
| Profil kształcenia | Praktyczny |
| Specjalność | Projektowanie i produkcja gier komputerowych |
| Osoba odpowiedzialna | dr Marek Jaszuk |

1. Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów)

|  |
| --- |
| Brak |

1. Efekty uczenia się i sposób realizacji zajęć
   1. Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Przekazanie wiedzy w zakresie podstawowych pojęć i zasad tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej w branży gier wideo |
| C2 | Kształcenie umiejętności komunikowania wyników swoich działań stosując różne metody i techniki komunikowania się przy tworzeniu kampanii marketingowych gier wideo. |
| C3 | Kształcenie umiejętności, przy formułowaniu i rozwiązywaniu zadań obejmujących projektowanie kampanii marketingowych i strategii biznesowych dla firmy z branży gier - uwzględniać ich aspekty pozatechniczne, w tym środowiskowe, ekonomiczne i prawne. |
| C4 | Kształcenie myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do produkcji gier |

* 1. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne, wraz z odniesieniem do efektów uczenia się dla kierunku

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lp. | Opis przedmiotowych efektów uczenia się | Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **wiedzy** | | |
| P\_W01 | Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej w branży gier wideo | K\_W10 |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **umiejętności** | | |
| P\_U01 | Potrafi zakomunikować wyniki swoich działań stosując różne metody i techniki komunikowania się przy tworzeniu kampanii marketingowych gier wideo. | K\_U04 |
| P\_U02 | Potrafi - przy formułowaniu i rozwiązywaniu zadań obejmujących projektowanie kampanii marketingowych i strategii biznesowych dla firmy z branży gier - uwzględniać ich aspekty pozatechniczne, w tym środowiskowe, ekonomiczne i prawne. | K\_U15 |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **kompetencji społecznych** | | |
| P\_K01 | Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do produkcji gier | K\_K05 |

* 1. Formy zajęć dydaktycznych oraz wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Studia stacjonarne (ST) | | | | | | | |
| W | K | Ćw | L | ZP | P | eL | ECTS |
| - | - | - | 22 | - | 14 | - | 4 |

* 1. Metody realizacji zajęć dydaktycznych

|  |  |
| --- | --- |
| Formy zajęć | Metoda realizacji |
| Laboratorium | Realizacja zajęć opiera się na pracy zespołowej. Studenci w kilkuosobowych grupach rozpisują plan marketingowy wybranej gry. Plan uwzględnia też budżet na promocję, w związku z czym wymagane jest wstępne oszacowanie kosztu pozyskania użytkownika (KPI). |
| Projekt | Projekt polega na stworzeniu planu marketingowego gry, a następnie zastosowaniu promocji. Efektem projektu ma być pozyskanie jak największej liczby użytkowników do gry. |

* 1. Treści kształcenia (oddzielnie dla każdej formy zajęć)

Laboratorium

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Treści kształcenia realizowane w ramach laboratorium |
| L1 | Analiza modelu biznesowego gry |
| L2 | Analiza grupy docelowej graczy |
| L3 | Kanały dystrybucji gier |
| L4 | Analityka związana z promocją w Internecie |
| L5 | Analityka wewnątrz gry – marketing wewnętrzny w grach, |
| L6 | Marketing krzyżowy |
| L7 | Komentarze i krytyka publiczna gry |

Projekt

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Treści kształcenia realizowane w ramach projektu |
|
| P1 | Stworzenie planu marketingowego gry. |
| P2 | Przeprowadzenie kampanii promocyjnej. |
| P3 | Prezentacja planu marketingowego i wyników kampanii. |

* 1. Korelacja pomiędzy efektami uczenia się, celami przedmiotu, a treściami kształcenia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Cele przedmiotu | Treści kształcenia |
| P\_W01 | C1 | L1-L7 |
| P\_U01 | C2 | P1-P3 |
| P\_U02 | C3 | L4-L7, P1 |
| P\_K01 | C4 | L1-L6, P1, P2 |

* 1. Metody weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt  uczenia się | Metoda oceny | Forma zajęć, w ramach której następuje weryfikacja efektu |
| P\_W01 | Ocena zadań realizowanych w ramach laboratorium | L |
| P\_U01 | Ocena projektu | P |
| P\_U02 | Ocena projektu | P |
| P\_K01 | Ocena projektu | P |

* 1. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Na ocenę 2  student nie potrafi | Na ocenę 3  student potrafi | Na ocenę 4  student potrafi | Na ocenę 5  student potrafi |
| P\_W01 | Wyjaśnić podstawowych pojęć i zasad tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej w branży gier wideo | Wyjaśnić przynajmniej 50% podstawowych pojęć i zasad tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej w branży gier wideo | Wyjaśnić przynajmniej 70% podstawowych pojęć i zasad tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej w branży gier wideo | Wyjaśnić przynajmniej 90% podstawowych pojęć i zasad tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej w branży gier wideo |
| P\_U01 | Zakomunikować wyników swoich działań stosując różne metody i techniki komunikowania się przy tworzeniu kampanii marketingowych gier wideo. | Na poziomie podstawowym potrafi zakomunikować wyniki swoich działań stosując różne metody i techniki komunikowania się przy tworzeniu kampanii marketingowych gier wideo. | Na poziomie dobrym potrafi zakomunikować wyniki swoich działań stosując różne metody i techniki komunikowania się przy tworzeniu kampanii marketingowych gier wideo. | Na poziomie bardzo dobrym potrafi zakomunikować wyniki swoich działań stosując różne metody i techniki komunikowania się przy tworzeniu kampanii marketingowych gier wideo. |
| P\_U02 | Przy formułowaniu i rozwiązywaniu zadań obejmujących projektowanie kampanii marketingowych i strategii biznesowych dla firmy z branży gier - uwzględniać ich aspektów pozatechnicznych, w tym środowiskowych, ekonomicznych i prawnych. | Przy formułowaniu i rozwiązywaniu zadań obejmujących projektowanie kampanii marketingowych i strategii biznesowych dla firmy z branży gier – uwzględniać na poziomie podstawowym ich aspekty pozatechniczne, w tym środowiskowe, ekonomiczne i prawne. | Przy formułowaniu i rozwiązywaniu zadań obejmujących projektowanie kampanii marketingowych i strategii biznesowych dla firmy z branży gier – uwzględniać na poziomie dobrym ich aspekty pozatechniczne, w tym środowiskowe, ekonomiczne i prawne. | Przy formułowaniu i rozwiązywaniu zadań obejmujących projektowanie kampanii marketingowych i strategii biznesowych dla firmy z branży gier – uwzględniać na poziomie bardzo dobrym ich aspekty pozatechniczne, w tym środowiskowe, ekonomiczne i prawne. |
| P\_K01 | Myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do produkcji gier | Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do produkcji gier wykazując najbardziej podstawowe kompetencje | Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do produkcji gier wykazując średni zestaw kompetencji | Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do produkcji gier wykazując szeroki zestaw kompetencji |

* 1. Literatura

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa |
| P. Zackariasson, Vide,o Game Marketing, Routledge, 2016 |
| Adam Sinicki, Learn Unity for Android Game Development: A Guide to Game Design, Development, and Marketing, Apress, 2017 |
| Joel Dreskin, A Practical Guide to Indie Game Marketing, Routledge, 2016 |

|  |
| --- |
| Literatura uzupełniająca |
| Federico Caiulo, Mobile Game Marketing and Consumer Behaviour, LAP Lambert Academic Publishing, 2016 |
| S. Gregory Boyd, Brian Pyne, Sean F. Kane,Video Game Law: Everything you need to know about Legal and Business Issues in the Game Industry, A K Peters/CRC Press, 2018 |

1. Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

|  |  |
| --- | --- |
| **Rodzaje aktywności** | **Obciążenie studenta** |
| **studia ST** |
| Udział w C/L (UB) | 22 |
| Konsultacje do C/L (UB) | 4 |
| Samodzielne przygotowanie się do C/L, w tym przygotowanie do zaliczenia | 40 |
| Udział w i konsultacje do PS/PN/eL (UB) | 14 |
| Samodzielne przygotowanie się do zaliczenia PS/PN/eL | 28 |
| **Sumaryczne obciążenie pracą studenta** | **108** |
| **Punkty ECTS za przedmiot** | **4** |
| **Punkty ECTS za zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli i studentów (UB)** | **2** |
| **Punkty ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (PZ)** | **4** |