



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

MÁSTER ONLINE EN GESTIÓN DE ESPORTS GLOBAL ESPORTS MANAGEMENT

GUÍA DOCENTE de "AUDIENCIAS"



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

MÁSTER EN GESTIÓN DE ESPORTS

.....

DATOS GENERALES

Nombre Asignatura:	AUDIENCIAS
Código:	
Titulación:	Máster en Gestión de Esports. GLOBAL ESPORTS MANAGEMENT
N.º de créditos (ECTS):	8
Requisitos:	Sin requisitos previos
Fecha de la última revisión:	Septiembre de 2022
Profesor Responsable:	JOAQUÍN ESTEVAN

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

AUDIENCIAS: ¿QUIÉN VE ESPORTS?

Las marcas cada vez huyen más de la publicidad global para impactar en un segmento de población muy concreto. Conocer y entender las audiencias de los esports es la clave para desarrollar una estrategia de éxito. El ecosistema de los esports es muy grande y no se limita al gaming; tanto influencers y creación de contenido van ligados a los esports y a sus audiencias.

La asignatura empieza haciendo un retrato del consumidor de esports y pone el foco en distinguir “gaming” de “esports” ya que sus audiencias aunque tienen muchísimas similitudes, también son distintas en algunos aspectos. La materia también se adentra en el perfil de los creadores de contenido. Distinguiendo las características de cada tipo de creador podemos deducir también el target del consumidor de ese contenido. De esta forma seremos capaces de identificar cuál nos conviene en el caso de que queramos crear una campaña publicitaria. Lo mismo sucede con las distintas competiciones y distintos juegos. No todos tienen la misma audiencia.

“Audiencias” también analiza las distintas métricas para medir el impacto del contenido y te da una visión global de las distintas herramientas. Por último, aporta una visión general de las regiones más poderosas y principales activos de cada una de ellas (equipos, ligas, jugadores).

2. OBJETIVOS

- Comprender por qué los esports son un nuevo modelo de negocio de entretenimiento y de generación de audiencias
- Familiarizarse con el perfil de fan de los esports y entender qué visión tienen de él organizaciones, agencias o consultoras del sector.
- Determinar el papel de los influencers y creadores de contenido.

- Conocer las distintas métricas que se usan para medir las audiencias en las diferentes plataformas.
- Comprender cómo se comportan los principales mercados de los esports: desde Europa a Latinoamérica pasando por Asia y Norteamérica.

3. CONTENIDOS

TEMA 1: ESPORTS y GAMING

Resultados del aprendizaje

El alumnado, una vez revisado y trabajado este tema, será capaz de:

- Comparar la audiencia de esports con la relacionada sólo con el gaming.
- Diferenciar entre los distintos tipos de aficionados a los videojuegos
- Explicar el ecosistema de los esports

Contenido

1. ¿Qué son los esports?
2. Relación entre gaming y esports
3. Ecosistema
4. Los esports como nuevo modelo de negocio de entretenimiento y de generación de audiencias.

TEMA 2: EL FAN

Resultados del aprendizaje

El alumnado, una vez revisado y trabajado este tema, será capaz de:

- Describir los distintos perfiles de fans de los esports según las algunas de las principales agencias, consultoras y compañías de análisis del mundo en el sector de los videojuegos.

- Deducir e interpretar el perfil del fan del futuro de los esports

Contenido

1. Introducción al fan de los esports
2. Distintas visiones sobre el fan
3. La visión del fan de Newzoo
4. La visión del fan de Deloitte
5. La visión del fan de Arena Play
6. La visión del fan de LVP
7. El fan del futuro

TEMA 3: INFLUENCERS Y CREADORES DE CONTENIDO

Resultados del aprendizaje

Tras estudiar este tema, el alumnado será capaz de:

- Desglosar los distintos tipos de influencers que existen en la red
- Categorizar los diferentes perfiles de gamers, casters, jugadores y artistas para poder analizar a qué audiencias se dirigen.
- Asociar la audiencia de los jugadores y creadores de contenido con el potencial de un club de esports a nivel comercial.

Contenido

1. Influencers y creadores de contenido: Tipos.
2. Influencers y creadores de contenido: Gamer
3. Influencers y creadores de contenido: Casters
4. Influencers y creadores de contenido: Jugadores profesionales
5. Influencers y creadores de contenido: Artistas creadores

6. Influencers y creadores de contenido: Caso de análisis
7. Los talentos: qué función tienen para conectar con la audiencia.

TEMA 4: MEDIOS Y MÉTRICAS

Resultados del aprendizaje

El alumnado, una vez revisado y trabajado este tema, será capaz de:

- Recopilar las principales métricas de un contenido en las redes sociales.
- Analizar e interpretar las métricas según la plataforma que los ofrezca
- Usar herramientas de medición online para enumerar, por ejemplo, a los 20 influencers más populares de un país concreto.

Contenido

1. Principales medios donde se trabaja en los esports
2. Métricas principales: Redes Sociales.
3. Métricas principales: Plataformas de retransmisión
4. Métricas principales: AMA
5. Métricas principales: Web
6. Medios propios, pagados y ganados
7. Retos en la medición.

TEMA 5: TENDENCIAS

Resultados del aprendizaje

Tras estudiar este bloque, el alumnado será capaz de:

- Categorizar las competiciones de esports en función de su tipología

- Evaluar la importancia de las diferentes competiciones de esports en función de su audiencia e impacto
- Determinar qué tipo de evento de esports se adecua más a una estrategia de difusión concreta.

Contenido

1. Tendencias en cuanto a juegos
2. Tendencias en cuanto a dispositivos
3. Tendencias en tipos de competiciones
4. Tendencias en cuanto a tipos de jugadores y de comunidades
5. Tendencias en el consumo de contenidos de esports
6. Tendencias a tener en cuenta

TEMA 6: ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES MERCADOS

Resultados del aprendizaje

Tras estudiar este bloque, el alumnado será capaz de:

- Identificar las regiones más importantes que comprenden el mapa mundial de consumo de esports.
- Establecer una comparación entre las distintas regiones del mundo en función de los esports más practicados y seguidos.
- Interpretar el grado de penetración de los esports en las distintas partes del mundo.

Contenido

1. Mercado internacional
2. Mercado europeo: oeste
3. Mercado europeo: este
4. Rusia o CIS
5. Turquía

6. España
7. Mercado Latinoamericano
8. Estados Unidos
9. Mercado asiático

5 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Se trata de un máster online donde el alumno irá avanzando según su ritmo de aprendizaje. El material que se aporta está formado por ebooks, documentos pdf y videos donde el profesor imparte los conceptos más importantes.

6 EVALUACIÓN

La asignatura AUDIENCIAS se compone de cinco actividades puntuables de evaluación continua. La nota de la asignatura será el promedio de esas actividades.

7 BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Toda la bibliografía extra para completar la formación de cada asignatura se compone de enlaces y archivos pdf que podrás encontrar a medida que vayas avanzando con el material presentado. En este caso, en la asignatura de Audiencias, el profesor ha dispuesto de un documento PDF al final de cada materia recopilando la bibliografía y webgrafía.

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA BÁSICA DEL MÁSTER

Para entender en su globalidad el sector de los esports (economía, generación de negocio, stakeholders, etc) recomendamos esta bibliografía complementaria común en todas las asignaturas del máster:

- **EL LIBRO BLANCO DE LOS ESPORTS**, De IAB Spain. Febrero 2021. [Descargar aquí](#)
- **LET'S PLAY 2021**, Deloitte - ISFE (Europe's Video Game Industry), De Deloitte Insights.
[Descargar aquí](#)
- **ESPORTS, IT'S IN THE GAME** - De 2Playbook Insights, [Descargar aquí](#)
- **DOSSIER IPMARK ESPORTS 2022**, [Descargar aquí](#)
- **THE ROI OF ESPORTS**, De **FNATIC** y **NIELSEN**, Enero 2022 [Descargar aquí](#)
- **LA GUÍA DE LOS ESPORTS**, de Deloitte Gaming, diciembre 2021. [Descargar aquí](#)
- **INFORME LOS ESPORTS EN ESPAÑA 2020**. AEVI (Asociación Española Videojuegos):
[Descargar aquí](#)
- NEWZOO (2021) **Newzoo's Global Esports & Live Streaming Market Report 2021**
([free version](#))
- INSIGHT PALCO 23: **Esports: la creación de una industria**. [Descargar aquí](#)
- **Los deportes electrónicos (esports). El espectáculo en las competiciones de videojuegos**. Antón-Roncero, M. (2018). . Universidad Complutense de Madrid, Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/54986/>
- **The eSports ecosystem: Stakeholders and trends in a new show business**. José Agustín Carrillo y Juan Miguel Aguado: https://doi.org/10.1386/cjcs.11.1.3_1
- **La dimensión social de los videojuegos 'online': de las comunidades de jugadores a los 'e-sports'** José Agustín Carrillo:
<https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/173/163>
- **Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente**. De Antón, M. y García, F. (2014).
<https://questionespublicitarias.es/article/view/v19-anton-garcia>