



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

MÁSTER ONLINE EN GESTIÓN DE ESPORTS GLOBAL ESPORTS MANAGEMENT

GUÍA DOCENTE de "BROADCASTERS"

DATOS GENERALES

Nombre Asignatura:	BROADCASTERS
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:	PATRICK URBANO

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

BROADCASTERS: ASÍ LLEGAN LOS ESPORTS A LOS HOGARES

Llevar la competición al consumidor es clave para que los esports tengan éxito. ¿Cómo se retransmiten los esports? ¿Cuáles són los formatos más utilizados en la creación de contenido? Esta asignatura hace un viaje a través de la pantalla para desgranar cómo llegan los esports a los ordenadores de todo el mundo.

Al principio, la materia habla de la importancia de saber segmentar la audiencia y conocer el target al que nos dirigimos para adaptar el formato con el que queremos comunicar. A medida que se avanza, la asignatura se adentra en Youtube y Twitch, las plataformas más importantes donde se emite contenido relacionado con gaming. Sin olvidarnos de otros formatos como el podcast.

En “broadcasters” también estudiarás cómo crear un guión audiovisual y verás la manera de ser efectivo en tu contenido en redes sociales.

2 OBJETIVOS

- Conocer los formatos de creación de contenido digital más adecuados en el mundo de los esports
- Comprender el funcionamiento de Youtube y Twitch.
- Determinar las principales fortalezas de Twitch y otros formatos como el

podcast.

- Entender el proceso de elaboración de guión audiovisual.
- Familiarizarse con el lenguaje sobre gaming que se usa en las redes sociales para ser capaces de crear un contenido acorde a nuestro target.

3 CONTENIDOS

TEMA 1: EL FORMATO Y EL VIDEO DIGITAL

Resultados del aprendizaje

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

- Identificar el target vinculado a los videojuegos y los esports y las vías por las cuales consume el contenido relacionado con el gaming
- Seleccionar al equipo humano necesario para generar contenido relacionado con gaming.
- Analizar el impacto de un contenido y deducir, según unas métricas concretas si el video ha funcionado o no.

Contenido

1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de formato?
2. Conociendo al target
3. La creación de contenido
4. El video digital
5. ¿Cómo saber si un video ha funcionado?
6. Adaptar el contenido

TEMA 2: YOUTUBE Y PODCASTING

Resultados del aprendizaje

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

- Argumentar por qué Youtube es la plataforma ideal para crear contenidos más complejos y más largos.
- Analizar la audiencia de Youtube.
- Aplicar unas pautas básicas para que un video de Youtube tenga éxito.
- Interpretar los aspectos legales de Youtube.
- Analizar las cifras del podcast e identificar el target de los oyentes de podcast.

Contenido

1. ¿Qué es Youtube?
2. La audiencia en Youtube
3. ¿Qué tiene que tener un buen video de Youtube?
4. Aspectos jurídicos de Youtube
5. El podcast como paradigma de formato
6. El perfil del usuario de podcast
7. Las cifras del podcast

TEMA 3: TWITCH

Resultados del aprendizaje

Tras estudiar este tema, el alumnado será capaz de:

- Comprender los datos de audiencia de Twitch.
- Valorar la evolución de Twitch y entender por qué ha pasado de una plataforma de gaming a ser mainstream y tener contenido para todo tipo de públicos.
- Analizar las fortalezas de Twitch

- Diferenciar las formas de consumo de Twitch y la diferencia con la televisión convencional.
- Clarificar las vías de monetización que ofrece la plataforma.
- Interpretar los aspectos legales de Twitch.

Contenido

1. ¿Qué es Twitch?
2. La audiencia de Twitch
3. Twitch: de los videojuegos al público generalista
4. Las principales fortalezas de Twitch
5. Twitch: formas de consumo
6. Monetización en Twitch
7. TV vs Twitch
8. Monetización en Twitch

TEMA 4: 10 PASOS PARA LA CREACIÓN DE UN GUIÓN AUDIOVISUAL

Resultados del aprendizaje

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

- Desarrollar un guión audiovisual para un contenido digital.
- Aplicar la mejor metodología para conseguir que un contenido sea atractivo.

Contenido

1. Introducción
2. ¿Qué queremos explicar?

3. El esquema
4. Convertirnos en expertos del tema
5. Expliques lo que expliques, que sea interesante
6. Conoce a tu público
7. Ganar por KO
8. Los golpes de efecto
9. El gran final
10. Encuentra tu propio estilo
11. Relee

TEMA 5: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN REDES SOCIALES

Resultados del aprendizaje

Se trata de un tema breve. Tras estudiarlo, el alumnado será capaz de:

- Aplicar los conocimientos adquiridos en el bloque anterior pero adaptandolos al contexto de las redes sociales
- Interpretar las métricas para entender si un contenido ha funcionado o no.

Contenido

1. Conseguir la atención del usuario
2. El negocio y las métricas
3. ¿Cómo hacer un guión para redes sociales?

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 BROADCASTERS 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 Broadcasters, 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>