



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# MÁSTER ONLINE EN GESTIÓN DE ESPORTS GLOBAL ESPORTS MANAGEMENT

**GUÍA DOCENTE de "PUBLISHERS"**

## DATOS GENERALES

Nombre Asignatura:	CLUBES
Código:	
Titulación:	Máster en Gestión de Esports. GLOBAL ESPORTS MANAGEMENT
N.º de créditos (ECTS):	9
Requisitos:	Sin requisitos previos
Fecha de la última revisión:	Septiembre de 2022
Profesor Responsable:	MAX DALMAU

## 1 DESCRIPCIÓN GENERAL

### LOS EQUIPOS: ESTRUCTURA Y VÍAS DE NEGOCIO DE LOS CLUBES DE ESPORTS

Los equipos o clubes de esports son los verdaderos protagonistas de esta industria, junto con los jugadores, creando rivalidades y comunidades de fans a su alrededor. Al igual que en el deporte convencional existen diferentes planteamientos, también existen al gestionar un equipo de deportes electrónicos. En la cadena de valores del sector, los equipos aparecen una vez los publishers han publicado un juego y los promotores plantean una liga o competición.

Los equipos de esports, por la naturaleza del sector, tienen una serie de oportunidades como es la deslocalización del proyecto. La audiencia todavía no se identifica territorialmente con el equipo de su ciudad por el mero hecho de pertenencia y, por lo tanto, los activos de los equipos para crecer son en su mayoría oportunidades digitales.

En el área deportiva, los clubes forman parte de competiciones o ligas gestionadas por un promotor o en ocasiones por el mismo publisher. El modelo de relación liga/equipo es diferente dependiendo del modelo establecido: meritocracia deportiva, franquicias u otros formatos son los que encontramos en el sector.

El mapa competitivo profesional de los esports tiene a día de hoy una foto bastante definida que permite a los equipos plantear una estrategia u otra. La creación de un club de esports o la gestión de él, son alguno de los aspectos que profundizaremos en el módulo de *Equipos*.

Esta asignatura empieza desgranando las áreas de un club de esports y continúa describiendo la infraestructura necesaria para el buen funcionamiento de una entidad.

A medida que va avanzando, se analizan varios modelos de clubes de esports del mundo para que el alumno pueda comprender las necesidades y los gastos que comporta un equipo.

Por último, afronta las vías de ingreso de los clubes. Desde los premios hasta el merchandising pasando por la principal manera de financiarse: los patrocinios.

Esta materia también tiene una parte introductoria global del sector y presenta los desafíos que a día de hoy se le presentan a la industria y que hay que afrontar para garantizar la evolución de los esports.

## 2 OBJETIVOS

- Conocer las áreas de un club de esports, la infraestructura necesaria y los componentes que lo forman.
- Comprender la importancia de la comunicación, las redes sociales, el streaming y la creación de contenido para potenciar al club y sus vías de negocio.
- Determinar las áreas de negocio de un club de esports y las vías más recurrentes de ingresos para hacerlo sostenible y competitivo.
- Entender los sistemas de competición para ser capaz de comprender qué tipo de competiciones se adaptan mejor al proyecto de cada equipo de esports.
- Familiarizarse con el modelo startup y las rondas de inversión, que han sido y son las principales fórmulas para crear un club de esports.

## 3 CONTENIDOS

### TEMAS 1 y 2: LOS CLUBS DE ESPORTS. INTRODUCCIÓN Y AREAS

#### Resultados del aprendizaje

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

- Distinguir las diferentes áreas de un club de esports más allá de los jugadores y asociar cada departamento a las diferentes labores necesarias para la correcta gestión de un club de esports.
- Categorizar los diferentes perfiles dentro del departamento de administración y evaluar, en función del tamaño del club, cuáles pueden ser asumidos por un mismo perfil profesional.
- Aplicar una correcta política de precios a los productos del club.
- Enumerar las tareas del Community Manager y hacer una primera introducción a las redes sociales más usadas por los clubes de esports.

## Contenido

1. Administración
2. Comercial y/o Marketing
  1. Director de marketing/director comercial
  2. Política de producto
  3. Política de precios
3. Comunicación y redes sociales
  1. El Community Manager
4. Deportivo
  1. El reclutamiento 2.0

## TEMA 3: COMPONENTES DE UN CLUB

### Resultados del aprendizaje

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

- Planificar las necesidades de un club de esports: desde la infraestructura necesaria hasta los componentes del staff técnico.

- Clasificar las tareas del entrenador, manager y otras figuras del staff competitivo.

## Contenido

1. Infraestructura
  - 1.1. Oficina
  - 1.2. Gaming house
  - 1.3. Otros
2. Staff deportivo principal
  - 2.1. Entrenador de entrenadores (head coach/performance manager)
  - 2.2. Entrenadores (entrenador estratégico, entrenadores por posición y entrenador asistente)
3. Analistas (scouters, analistas puros, data analyst)
4. Staff deportivo secundario
5. El mánager
6. Jugadores

## TEMA 4: NÚMERO DE SQUADS, GESTIÓN DE EQUIPOS Y PERSONAS

### Resultados del aprendizaje

Tras estudiar este tema, el alumnado será capaz de:

- Distinguir entre los diferentes modelos de equipos (squads) y clubes.
- Aplicar para una gestión adecuada del equipo.

### Contenido

1. Single squad
  - a. Modelo Rfrsh
2. Multisquads
3. Gestión de equipos
  - a. Infraestructura
  - b. Necesidades
  - c. Objetivos
  - d. Rutinas

## TEMA 5: COMPETICIONES

### Resultados del aprendizaje

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

- Entender el sistema de competición de los esports y las diferentes vías para participar en ellas. Existen notables diferencias con el deporte tradicional.
- Conocer e interpretar los criterios con los que la liga y el club establecen una serie de contratos para acordar un modelo de remuneración basado en el reparto de beneficios.

### Contenido

1. Cómo llegar a una competición
2. Tipos de competiciones
  1. Sistema de ligas
  2. Sistema de eliminatorias
  3. Sistemas mixtos
  4. Torneo suizo
3. Competición y club
  1. Desplazamientos

## TEMA 6: EL SCOUTING

### Resultados del aprendizaje

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

- Clarificar la figura del scouting y su importancia en la estructura deportiva de un equipo.

## Contenido

1. Servicios internos
  1. Tryouts
2. Servicios externos/Agentes

## TEMA 7: VÍAS DE INGRESOS PARA CLUBS

### Resultados del aprendizaje

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

- Distinguir entre los diferentes tipos de marcas y empresas que patrocinan o pueden patrocinar a un club de esports.
- Identificar las oportunidades de negocio que se generan a través de los jugadores: desde la generación de contenido hasta un traspaso a otro equipo.
- Seleccionar los mejores métodos de ingresos para un proyecto.
- Valorar la ronda de financiación como una de las distintas fórmulas existentes a la hora de crear un club o una empresa relacionada con los esports.

### Contenido

1. Patrocinadores
2. Jugadores
  1. Patrocinios e impactos
  2. Venta de jugadores
  3. Conseguir premios en competiciones
3. Merchandising
  1. El problema de las tiendas online
4. Inversión
  1. Rondas de inversión

2. Startups
5. Premios

## TEMA 8: EL STREAMING Y EL POSICIONAMIENTO DE CLUB

### Resultados del aprendizaje

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

- Enumerar las plataformas de difusión de contenidos más relevantes de occidente y China.
- Diferenciar las maneras de ganar dinero en Twitch.
- Comparar los beneficios de emitir en Twitch y crear contenido en Youtube.

### Contenido

1. Plataformas
  1. Twitch
  2. Youtube
2. Creadores de contenido
3. El streaming de clubes o de marca

## TEMA 9: LA RENTABILIDAD EN UN CLUB DE ESPORTS

### Resultados del aprendizaje

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

- Detectar los elementos que hacen que un club de esports sea rentable o no.

### Contenido

1. El problema de rentabilizar un club de esports.



## 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 CLUBS se compone de siete 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 Clubs, 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](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>