



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:	PUBLISHERS
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:	SERGI MESONERO

## 1 DESCRIPCIÓN GENERAL

### LOS PUBLISHERS: EL ORIGEN DE LOS ESPORTS Y SU DETERMINANTE INFLUENCIA EN EL SECTOR

Los esports dependen, en gran medida, de las decisiones que los creadores y propietarios del videojuego tomen respecto a su producto. Para entender el funcionamiento de la industria, es necesario conocer quiénes son los principales publishers de los esports más populares, cómo trabajan y qué buscan en el momento de desarrollar su vertiente de esports.

Esta asignatura se adentra en el mundo de los editores de videojuegos, las leyes que los regulan y las asociaciones que forman. También trata la importancia de la propiedad intelectual. A diferencia del deporte tradicional (donde el fútbol o el tenis por poner unos ejemplos, no tienen dueño), los esports tienen un propietario: el creador del videojuego.

Todos los títulos de esports son videojuegos, pero no todos los videojuegos se convierten en esports. Se estima que hay disponibles más de 1 millón de videojuegos en las principales plataformas de juegos y sistemas de distribución existentes. Pero la cantidad de títulos de esports exitosos es mucho menor, posiblemente menos de cien. La asignatura hará un recorrido por los distintos géneros que existen en los esports: battle royale, moba, simulación, etc y dará las claves para que un videojuego se convierta en un sport de éxito.

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

- Familiarizarse con el funcionamiento de la industria desde el inicio, desde el momento en el que se crea un videojuego y, en consecuencia, aparece el sport.
- Proporcionar al alumnado una lista de los publishers de esports más populares.
- Mostrar a los estudiantes cuál es la estrategia de los publishers respecto a la vertiente competitiva del videojuego que han creado.
- Entender las diferencias entre un videojuego y un sport y conocer las características que convierten a un videojuego en un sport. Y es que los esports no son un mero conjunto de reglas. Va mucho más allá de eso.
- Comprender el marco regulador en el que se mueve esta nueva industria y conocer cómo la propiedad intelectual influye en el desarrollo de los esports.

## 3 CONTENIDOS

### TEMA 1: LAS CASAS EDITORAS: LOS PUBLISHERS

#### Resultados del aprendizaje

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

- Enumerar a las empresas que hay detrás de los grandes títulos de videojuegos.
- Identificar a las diferentes plataformas por las que se puede acceder a los videojuegos.
- Citar a las asociaciones de publishers e interpretar su papel en la industria.

- Examinar los principios universales de los esports. Unas normas no escritas que marcan el desarrollo y el buen funcionamiento del sector.

## Contenido

1. Introducción
2. Definición
3. Publishers, plataformas y desarrolladores
4. Principales publishers sus títulos competitivos
5. Asociaciones de publishers
  1. ISFE como ejemplo
  2. AEVI como ejemplo
  3. Principios universales

## TEMA 2: EL PAPEL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

### Resultados del aprendizaje

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

- Distinguir los elementos de los que se compone un videojuego y que están protegidos por numerosos derechos de propiedad intelectual como el software, la mecánica del juego, el arte, la partitura, los sonidos, los personajes e incluso las voces.
- Identificar la principal función que cumple la propiedad intelectual en los videojuegos.
- Listar los motivos que tienen los publishers para proteger el uso de la propiedad intelectual vinculada al videojuego.
- Entender la limitación que muchos publishers aplican a sus videojuegos. Los editores invierten mucho en el desarrollo de sus juegos y confían en sus derechos de propiedad intelectual para proteger esa inversión, comercializar sus juegos y aumentar su audiencia.
- Examinar los modelos de negocio de los distintos publishers

## Contenido

1. ¿Qué es la PI?
2. esports vs deporte
3. Modelos de negocio y PI

## TEMA 3: GÉNEROS, TÍTULOS, FRANQUICIAS

### Resultados del aprendizaje

Tras estudiar este tema, el alumnado será capaz de:

- Categorizar los distintos géneros que existen en los esports: battle royale, moba, simulación, etc.
- Desglosar las claves para que un videojuego se convierta en un sport de éxito.
- Clasificar la distribución de los videojuegos por territorios.

### Contenido

1. Principales géneros y títulos
2. ¿Qué convierte a un videojuego en un título de e-sports con éxito?
3. Nuevos géneros y tipos de competición
4. Popularidad y variabilidad geográfica

## TEMA 4: ¿QUÉ SON LOS ESPORTS DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL PUBLISHER?

### Resultados del aprendizaje

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

- Entender qué son los esports por parte de los publishers y por qué esto es clave para conocer cómo se desenvuelve el sector.

- Identificar cómo es la relación del publisher con los organizadores de competiciones.
- Distinguir y contrastar la relación del publishers con promotores, equipos y comunidad. Cada uno tiene su forma de actuar y ésta condiciona claramente su papel en los esports.
- Conocer la interacción del publishers con las plataformas de distribución de contenidos.
- Definir la cadena de valor de los esports
- Organizar y recopilar los distintos actores que participan en el desarrollo de los esports como industria global.

## Contenido

1. Definición
2. El ecosistema
  1. Relación con organizadores
  2. Relación con equipos
  3. Relación con jugadores
  4. Relación con fans y comunidad
  5. Relación con otros actores (plataformas de contenido y sponsors)
  6. La cadena de valor
3. La economía (desde el punto de vista del Publisher)

## TEMA 5: EVOLUCIÓN DE LOS ESPORTS Y SU RELACIÓN CON LOS PUBLISHERS

### Resultados del aprendizaje

Tras estudiar este tema, el alumnado será capaz de:

- Analizar la evolución de los videojuegos y relacionarla con el cambio social según el paso de las décadas.
- Citar los acontecimientos que marcaron la relación de los publishers con los esports.
- Enumerar las competiciones de esports más importantes y seguidas del mundo.

## Contenido

1. Cambio social
2. Cambio tecnológico y expansión de los e-sports
3. La relación con los publishers antes de los 2010 y después
4. Competiciones “top-tier”

## TEMA 6: DESAFIOS DE LOS ESPORTS

### Resultados del aprendizaje

- Al finalizar este temario, el alumnado será capaz de:
- Enumerar los desafíos a los que se enfrenta la industria de los esports.
- Clasificar la popularidad de los esports en función de la penetración en los países.
- Reconocer los distintivos que los publishers usan en los videojuegos para clasificarlos según edades.
- Apreciar los valores de las competiciones de esports y su papel en la integración, la igualdad de género y la diversidad social.
- Describir la regulación de las competiciones de videojuegos e identificar qué medidas contribuyen a acelerar o frenar el crecimiento de los esports.

### Contenido

1. Lista de desafíos
2. Percepción pública (awareness)
3. Comportamiento disruptivo
4. Diversidad
5. Movilidad
6. Regulación

## **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 de Publishers se compone de seis 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.

### **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>