

Insegnamento	Economia della Game Industry e Game Marketing
Articolazione in moduli	N/D
CFU	12
Ore di didattica frontale	72
Anno di corso	2° Anno
Semestre	2°
Docente	Gianpaolo Iglio
E-mail	g.iglio@unilink.it
Ricevimento	Alla fine delle lezioni o per appuntamento da concordarsi via mail

### OBIETTIVI FORMATIVI

*Gli obiettivi formativi vengono forniti dall'Ateneo.*

### RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

L'insegnamento ha l'obiettivo di far conseguire i seguenti risultati di apprendimento:

1. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE:** la/o studente dovrà essere in grado di distinguere i principali aspetti caratterizzanti lo sviluppo e l'equilibrio economico della Game Industry, i Modelli di Business più attuali e l'evoluzione del prodotto videoludico. Parimenti sarà necessario conoscere i criteri strutturali del Game Marketing e le sue aree di applicazione.
2. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE APPLICATE:** alla fine del corso, la/o studente dovrà essere in grado di esporre le conoscenze acquisite durante il corso di Economia della Game Industry ed essere in grado di progettare moduli di gioco in grado di esaltare le tre forme principali di Game Marketing applicato.
3. **AUTONOMIA DI GIUDIZIO:** la/o studente dovrà acquisire una visione critica e analitica della materia, in grado di confrontare modelli di business e utilizzare strumenti critici per l'analisi e lo sviluppo di progetti inerenti alla sfera del Game Marketing.
4. **ABILITÀ COMUNICATIVE:** lo studente dovrà altresì acquisire la padronanza del linguaggio specialistico della materia e maturare la capacità di argomentare ed esporre adeguatamente gli argomenti trattati attraverso un lessico tecnico.
5. **ABILITÀ AD APPRENDERE:** la/o studente dovrà dimostrare le capacità di apprendimento necessarie per intraprendere ulteriori studi o sviluppare una carriera professionale spendibile in aziende, enti e organizzazioni interessate a utilizzare le potenzialità del Game Marketing per migliorare l'efficacia e la fruizione di iniziative promozionali ed economiche di successo.

### PROGRAMMA DETTAGLIATO

Il corso di Economia della Game Industry mira ad analizzare il processo di sviluppo della Game Industry inquadrando le fasi cruciali dell'evoluzione del Prodotto Videogioco. Attraverso questo percorso verranno introdotti e analizzati i Modelli di Business che, negli anni, hanno trasformato una Micro-Economia a carattere sperimentale in una Macro-Economia industriale. Quindi si approfondiranno gli schemi economici, i format produttivi e i criteri di investimento caratterizzanti lo scenario attuale.

Il Corso di Game Marketing si allinea al contesto della Game Industry, introducendo il tema del Videogame utilizzato come veicolo pubblicitario e strumento di promozione di articoli, prodotti e iniziative politiche.

### METODOLOGIE DIDATTICHE

Il corso di Economia della Game Industry ha carattere prettamente teorico e si sviluppa intorno alla discussione di argomenti proposti in ordine consequenziale attraverso l'impiego di Slide che vengono spiegate dal docente e discusse attivamente da questi con gli studenti.

Il corso di Game Marketing avrà carattere ibrido: ad una fase teorica volta a introdurre e declinare i principi fondamentali di questa area del business verranno affiancati 4 Test scritti tesi a monitorare l'adeguata metabolizzazione dei criteri discussi in via teorica.

## ARGOMENTI PRINCIPALI

### ECONOMIA DELLA GAME INDUSTRY

- Lezione 1 – Origini Sperimentali del **Videogame** e nascita del **Prodotto Videoludico**
- Lezione 2 – L'alba della **Game Industry** e i primi criteri economici legati al suo sviluppo
- Lezione 3 – Suddivisione del mercato in aree specifiche, con conseguente studio dei **Target di Riferimento**
- Lezione 4 – Parametri di Investimento, costi produttivi VS **Pirateria Informatica**
- Lezione 5 – L'avvento di **Internet** e il Videogame come Piattaforma Modulare
- Lezione 6 – **Handheld & Mobile** Gaming: la Game Industry abbraccia la sua declinazione "Tascabile"
- Lezione 7 – **Digital Delivery** e **Fidelizzazione dell'Utente** VS Modelli di Business Tradizionali
- Lezione 8 – Il Concetto di **Downloadable Content** (DLC)
- Lezione 9 – **Free to Play, Pay to Win** e **Loot Box**: una nuova forma di monetizzazione dei contenuti
- Lezione 10 – **Game Pass**, Servizi di Abbonamento e **Piattaforme Streaming**: il futuro della Game Industry

### GAME MARKETING

- Lezione 1 – Definizione di **Game Marketing**
- Lezione 2 – Pilastro I **Target di Riferimento**
- Lezione 3 – Pilastro II **Motivazione**
- Lezione 4 – Pilastro III **Metriche**
- Lezione 5 – Pilastro IV **Engagement**
- Lezione 6 – Tipologie di Game Marketing (**Around-Game Advertising, In Game Advertising** (Product Placement), **Advergame, E-Learning Platforms**)
- Lezione 7 - Gli **Advergame**: le 4 Tipologie di riferimento
- Lezione 8 - Il concetto di **Gamification** e il futuro del settore

## MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME

L'esame finale consiste in un colloquio orale progettato per valutare l'acquisizione da parte degli studenti della conoscenza teorica di entrambi i corsi.

## CRITERI DI VALUTAZIONE

Nell'esame finale, la/o studente dovrà dimostrare:

1. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE**: di aver acquisito le nozioni fondamentali riguardo le origini storiche della Game Industry, dello sviluppo del rispettivo Mercato e dei Modelli di Business analizzati nell'ambito del corso. Sul versante del Game Marketing sarà necessario esporre con chiarezza scopi e struttura dei prodotti legati a questa particolare branca promozionale, con esempi e collegamenti annessi.
2. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE APPLICATE**: la propria capacità di valutare e analizzare Trend di Mercato, stabilire connessioni tra i Modelli di Business e valutarne l'efficacia con piglio critico. In ambito Game Marketing si richiederà, al contempo, la capacità di individuare format efficaci che sappiano puntare ad un corretto target di riferimento, nonché ad ampliarne gli estremi.
3. **AUTONOMIA DI GIUDIZIO**: di aver maturato una capacità di comprensione dei principi basilari dell'Economia della Game Industry e aver metabolizzato i principali modelli di Game Marketing.

4. **ABILITÀ COMUNICATIVE:** di avere padronanza del linguaggio specialistico della materia e maturare la capacità di argomentare ed esporre adeguatamente gli argomenti trattati attraverso un lessico tecnico.
5. **ABILITÀ AD APPRENDERE:** la propria capacità di utilizzare gli strumenti concettuali e metodologici acquisiti per analizzare Trend di Mercato, Modelli di Business, Criteri di Fidelizzazione dell'utenza, Criteri di Monetizzazione dei prodotti e scopi delle Operazioni di Game Marketing.

#### **CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE**

Il voto si attribuisce in trentesimi. Nell'attribuzione del voto finale si terrà conto dell'esito del colloquio orale. I criteri possono essere così delineati:

- 1) inferiore a 18, in caso di conoscenze frammentarie e superficiali dei contenuti, errori nell'applicare i concetti, esposizione carente;
- 2) tra 18 e 20, in caso di conoscenze dei contenuti sufficienti ma generali, esposizione semplice, incertezze nell'applicazione di concetti teorici;
- 3) tra 21 e 23, in caso di conoscenze dei contenuti appropriate ma non approfondite, capacità di applicare i concetti teorici, capacità di presentare i contenuti in modo semplice;
- 4) tra 24 e 25, in caso di conoscenze dei contenuti appropriate ed ampie, discreta capacità di applicazione delle conoscenze, capacità di presentare i contenuti in modo articolato;
- 5) tra 26 e 27, in caso di conoscenze dei contenuti precise e complete, buona capacità di applicare le conoscenze, capacità di analisi, esposizione chiara e corretta;
- 6) tra 28 e 29, in caso di conoscenze dei contenuti ampie, complete ed approfondite, buona applicazione dei contenuti, buona capacità di analisi e di sintesi, esposizione sicura e corretta;
- 7) 30/30 e lode, in caso di conoscenze dei contenuti molto ampie, complete ed approfondite, capacità ben consolidata di applicare i contenuti, ottima capacità di analisi, di sintesi e di collegamenti interdisciplinari, padronanza di esposizione.

#### **CONSIGLI DEL/LA DOCENTE**

Si consiglia agli Studenti la frequentazione in presenza onde beneficiare del confronto diretto col docente e della partecipazione attiva a dibattiti corali volti ad analizzare gli estremi degli argomenti trattati.