

Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KDH/23mdTEDI006/23
Názov predmetu	marketingové nástroje v digitálnych hrách I.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Magdaléna Švecová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov zo semestrálnej práce a jej prezentácie, ktorá pozostáva z marketingového návrhu propagácie digitálnej hry. (celkovo 56 bodov zo 100).

Záverečná hodnotiacia stupnica:

A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 % >

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % >

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % >

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % >

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % >

FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % >

Výsledky vzdelávania

Študenti budú schopní:

Charakterizovať súčasný stav herného priemyslu v súvislosti s jeho minulosťou a prognózami do budúcnosti.

Analyzovať a diskutovať o súčasných obchodných prístupoch a krokoch speňažovania hier rôznych platforiem pre modely B2C aj B2B.

Navrhnuť vhodné monetizačné kroky na základe analýzy trendov a cieľových cieľového publika rôznych platforiem.

Vysvetliť princípy nástrojov hernej analýzy a pracovať na jednom z nich na stredne pokročilej úrovni.

Navrhnuť marketingové a fundraisingové kampane s obchodným zameraním.

Prezentovať herné nápady a/alebo MVP s presvedčivým obchodným plánom pre vydavateľov.

Stručná osnova predmetu

1. Vtedy a teraz: Rámcovanie herného biznisu. Prednáška sa začína definíciou vydavateľstva v hernom biznise a podrobným štruktúrou vydávania hier (vývoj, financovanie, distribúcia, podporné služby, a komunikácia). Poskytnú sa základné zložky hernej marketingovej stratégie. Prepojenie medzi životnými cyklami hry/produktu a marketingovými stratégiami.

2. Súčasné modely v oblasti podnikania a monetizácie hier. Podrobný prehľad najrozšírenejších používaných obchodných a monetizačných modelov na PC, konzolových a mobilných trhoch, ako sú

napríklad hry typu Free-2-Play, online hry, online hry, online hry, online hry, online hry, online hry, online hry, online hry, online hry, obchody, používanie reklamy atď'.

3. Rámcová monetizácia: Fázy, nástroje a koncepcie. Táto prednáška približuje priemyselné pojmy a metriky monetizácie. Populácia hráčov a meranie monetizácie sa bude diskutovať. Používanie metrik v hernom dizajne bude poskytnuté s prípadovou štúdiou. Taktiež sa predstavia procesy získavania hráčov, ako si udržať používateľov a sledovanie retencie. Analyzované budú aj rôzne plány monetizácie s osobitným dôrazom na to, ktoré plán najlepšie hodí pre ten ktorý typ hry.

4. Slovník hernej analýzy. V tejto prednáške sa uvádza a definuje široká škála pojmov, ktoré zohrávajú dôležitú úlohu v hernej analytike, a teda v správnom riadení monetizačného procesu. DAU, WAU, MAU, ARPU, Churn Rate, Conversion Rate, CPI, Session Length, Average Number Sessions per day a mnoho ďalších pojmov.

5. Reklama a PR. Táto prednáška poskytuje študentom prehľad najvýznamnejších obchodov s aplikáciami a oboznámi ich s osvedčenými postupmi a metódami používanými pri optimalizácii obchodu s aplikáciami pre ich hru a produkt. Zdôrazní sa dôležitosť vizuálov, názvu a popisu. Bude sa preberať plánovanie kľúčových slov, akvizičné správy a používateľské recenzie. Budú sa analyzovať techniky bezplatného marketingu a platené marketingové techniky v porovnanie. PR sa bude zaoberať tlačovými správami, press kitom, službami distribúcie tlače, recenziami a pod.

6. Právne a obchodné otázky: Reklama, hazardné hry a hodnotenia. Táto prednáška sa začína kľúčovými pravidlami reklamy, zákonmi a definíciou hazardných hier. Mikrotransakcie, lotérie a súťaže budú analyzované aj z hľadiska právnych predpisov a obchodných otázok. Budú sa diskutovať štátne obmedzenia a federálne obmedzenia. Prednáška bude pokračovať témami šanca, výhra a odmena.

7. Financovanie projektu a založenie hernej spoločnosti. Táto prednáška upozorňuje študentov na mnohé možnosti, ktoré môžu vyskúšať pri hľadaní finančných prostriedkov na svoj prvý projekt a založenie hernej spoločnosti. Študenti sa dozvedia o možnostiach, ako je podpora Kickstarteru, crowdfunding, technoparky a inkubačné centrá, verejné fondy a súkromní investori. Naučia sa, ako kontaktovať a vytvoriť dohody s vydavateľmi. Počas tohto kurzu sa budú venovať aj typom a metódam prezentácie.

8. Tvorba marketingovej kampane a kalendára. Táto prednáška zahŕňa nasledujúce marketingové témy: Písanie výťahu, position statement vs. slogan, jedinečná predajná ponuka (USP), identifikácia cieľového publika, načasovanie vydania, financie: rozpočet a príjmy, vydavateľ vs. samovydavateľstvo, personálne zabezpečenie marketingu.

Odporúčaná literatúra

Boyd, G.S., Pyne, B. and Kane, S.F. (2019) Video Game Law: Everything You Need to Know about Legal and Business Issues in the Game Industry, Taylor and Francis, Boca Raton, FL, Kapitola 2, 9, 10.

Draganov, D. D. (2014) Freemium Mobile Games: Design & Monetization, CreateSpace Independent Publishing Platform, Kapitola 8,9.

Dreskin, J. (2015) A Practical Guide to Indie Game Marketing, Routledge, Kapitola 3, 4.

Hill-Whittall, R. (2015) The Indie Game Developer Handbook, Kapitoly 4, 8.

Fields, T. and Cotton, B. (2014) Mobile & Social Game Design: Monetization Methods and Mechanics, Second Edition, A K Peters/CRC Press, Kapitoly 3, 5, 7.

Limpach, O. (2020) The Publishing Challenge for Independent Video Game Developers: A Practical Guide, CRC Press, Kapitola 2, 3.

Malankar, N. (2018) How to Market Your Game Like A Pro and Make Money, Kapitola 3, 7.

Schreier J (2017) Blood, Sweat, and Pixels: The Triumphant, Turbulent Stories behind How Video Games Are Made. Harper Paperbacks, Kapitola 2.

Zackariasson, P.; Dymek, M. (2016) Video Game Marketing: A Student Textbook; Routledge: New York, NY,

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský, anglický