



GAME DESIGN | Programa de estudios

Duración: 20+ clases de 45+ minutos (22+ hs. Reloj, aprox.) *en diferido*.

Modalidad: Online + aula virtual + mesa de consultas + power ups + contenido extra periódico

[Más detalles del curso](#)

OBJETIVO DEL CURSO: El estudiante aprenderá una **metodología funcional de diseño de juegos** y otras estructuras lúdicas. No incluye programación ni arte. Se trata de diseño conceptual (reglas, dinámicas, modelos de ingresos, la base para el diseño correcto).

El curso cuenta con bibliografía propia, *Diseño de juegos en América latina I: Estructura lúdica*, **incluida en el valor del curso** (sólo válido para Argentina, estudiantes de otros países pueden [adquirir el libro en Amazon](#)).

PARA QUIÉNES: Novatos y profesionales (el curso incluye un proceso de enseñanza idóneo para aprender desde cero y mejorar las técnicas de quienes ya diseñan profesionalmente). Recomendable mayores de 14 años.

CONTENIDOS

Clase 01: Introducción

Bienvenida. Qué vamos a aprender. Salida laboral. El juego como mecanismo motivacional y simulación de actividades humanas. Cómo se hace un videojuego. El ciclo de desarrollo. La estructura lúdica como metodología de diseño de juegos. El verdadero rol del game designer.

Clase 02: Clasificación de los juegos

Un poco de Historia. El juego como fenómeno cultural, según Johan Huizinga. Características del videojuego, definición. Los géneros. Juegos según su propósito. Géneros notables. Las diez Dinámicas Núcleo.

Clase 03: Fundamentos del diseño de juegos

El juego como mecanismo motivacional y simulación de ciclos vitales. ADN del juego. Gameplay, definición. La definición de Sid Meier. World Setting, coherencia creativa, dimensionalidad, definición. La estructura lúdica como metodología de diseño de juegos.

Clase 04: Constraints y planificación

El más grande de los errores de diseño. Presupuesto, plazo, recursos humanos. Planificación. MDTA: motivaciones por las que hacer juegos. Modos de juego. Características especiales. Modelo de ingresos. Las guerras clónicas. «Visión retrotelescópica». La narrativa del juego y su relación con el contenido transmedial.

Clase 05: Industria y target

El estado de la industria. Análisis de tendencias. Computadoras, consolas y smartphones. Social Media. Los juegos transmedia. Un mercado global: software de exportación. Regiones de lanzamiento. Ventas y desventajas de América latina. El público según su perfil.



Clase 06: Modelo de ingresos

Formas de obtener ingresos: Premium. DLC, precuelas, secuelas, merchandising. Freemium. El mercado indie. Juegos de autor. Crowdfunding. Qué tener en cuenta.

Clase 07: Monetización freemium, el precio del tiempo

El secreto del modelo Freemium. La venta de tiempo. Consumibles y no consumibles. Cosméticos. Métricas.

Clase 08: Monetización, ejemplos de Freemium

Pokémon GO y Clash Royale analizados a manera de ejemplo. Cómo notar si el diseño está bien pensado. Conclusiones.

Clase 09: La búsqueda de la Meta de Diseño

La experiencia de jugar. Mecánica, dinámica, estética. Las emociones del jugador. MDA Framework como herramienta. Ejemplos de uso del framework en la solución de problemas de diseño.

Clase 10: Mecánicas

Planificación y análisis de base. Playtesting. QA. Pérdida de la perspectiva inicial. Pérdida del mecanismo inicial. Mecánicas combinadas. Ajuste del gameplay: La eliminación de las reglas. Cambiar el orden. Volver un recurso limitado o ilimitado. ¡De nuevo las métricas!

PRÁCTICO #1: Board Game Design: prototipos analógicos para aprender a diseñar.

Clase 11: Socio-Psicología (y neurociencia) del juego

Psicología, Sociología y Neurociencia. Diversión, ocio y entretenimiento. Motivaciones extrínseca e intrínseca. Avatar. Conexión emocional. El cerebro y el placer. Deseos y necesidades. Los 16 deseos básicos. Lo divertido. La narrativa como elemento de motivación. El diseño de retención (engagement). Control de adicción.

Clase 12: Estructura lúdica I: Sistema de progresión

La estructura lúdica como metodología. El juego de rol como género madre: Historia y arco del personaje. Clases y características. Habilidades. Aventura, exploración y combate. Puntos de golpe. Items. NPC. Inventario y mapa. Incremento de experiencia. Evolución de nivel y acceso progresivo. Práctica con juegos de rol simples.

Clase 13: Estructura lúdica II: Desafíos

Psicomotricidad. Arcades y acción. Puzzles e ingenio. Jefes de nivel como desafíos. Curva de progresión y dificultad. Inmersión: el estado de flujo. Level Design. Jefes de nivel como desafíos. Balance de dificultad. Diferencia entre niveles single player y multiplayer.

Clase 14: Estructura lúdica III: Objetivos

Tres tipos de objetivos: corto, mediano y largo plazo. La psicología de consumo de contenidos en el siglo XXI. Diferencias entre los juegos de la época dorada (década de 1980) y los actuales. Mecanismos de retención. Algunos ejemplos.

Clase 15: Estructura lúdica IV: Sistema de recompensas

Las recompensas. Tipos. PBL Reward System. Logros. Títulos honoríficos. Desbloqueables. Historia y artefactos. Árbol de mejoras. Barras de progreso. Mensajes del sistema. Desbloqueables. Secretos. Puntos de *save*. Cofres de tesoros. La muerte (Game Over) como penalización. Manejo de la muerte.

Clase 16: Estructura lúdica V: Diseño del comportamiento

Watson, Pávlov, Skinner, Hopson. Condicionamiento clásico. Cámara de condicionamiento operante, efectos. Recompensas como reforzamiento conductual. Refuerzos positivos y negativos. Recompensas intermitentes de razón fija y variable. Recompensas de intervalo fijo y variable. Extinción, degradación. Calendario de recompensas (distribución). Pausas y compensadores. Recompensas encadenadas.

Clase 17: Economía interna de los juegos

Definiciones. Recursos en un videojuego. Tipos de recursos: tangibles, intangibles, concretos, abstractos. Entidades. Estructuras económicas. Identificación de recursos: Sources, Drains, Traders, Converters. Punto de equilibrio del sistema (balance); Feedback positivo. Feedback negativo. Deadlocks. Rubberbands. Efectos en el gameplay.

Clase 18: Análisis crítico del concepto de un juego

La estructura lúdica, conclusión y repaso. Cómo saber si un juego está bien diseñado. Elementos y condiciones a tener en cuenta.

Clase 19: Documentos de diseño

Los documentos de diseño: Propósito. Cómo se hacen. Tipos de GDD: *Game Concept*, *Game Treatment*, *Game Bible* (mitología): diseño, arte, ingeniería, gestión, redacción, *transmedia prosumer*. Por dónde empezar. Aspectos legales: derechos de autor y registro de marca.

Clase 20: Conformación del equipo de desarrollo y financiamiento

Formas de financiamiento. Financiamiento colectivo. Tipos de inversores. Rondas de inversores. Mercado. Eventos. Networking. *Elevator Pitch*. Las enseñanzas de Robert Kiyosaki (?).

PRÁCTICO #2: *Game Concept: producción de una propuesta para presentar la idea del juego.*

Todas las clases cuentan con una presentación de excelente calidad. Se pueden ver a través del [Aula Virtual](#) en cualquier momento a partir de la inscripción, tantas veces como se desee. Los estudiantes cuentan con ejercicios y trabajos prácticos complementarios de la teoría y la práctica. Un día por semana nos conectamos en directo para consultas o simplemente hablar de videojuegos.



PARA MAYOR INFORMACIÓN: [Ingrese aquí.](#)

Para mensajes: [Ingrese aquí.](#)



@GameDesignLA



¿Por qué decidimos hacer esta nueva modalidad de curso?

Los tiempos cambian. Al tener estudiantes de toda América latina, con diferentes husos horarios, es más cómodo que las clases estén grabadas para verlas en cualquier momento, y conectarnos en vivo para resolver dudas y conversar. De paso, nos permite disminuir los costos (por tanto, el precio del curso) para que más personas puedan acceder. [Aquí más detalles.](#)