

Manual De Usuario Nintendo Ds Lite

Avaliação de segurança de redes Posicionarse o desaparecer A Era da
Velocidade Marketing Bajo la influencia del branded content Derecho
informático Propiedad y patrimonio en el medio digital Level UP
Expansión Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los
videojuegos Universal Access in Human-Computer Interaction. Human and
Technological Environments La Sociedad de la Información en España
2009 Desarrollo de Un Sistema Predictivo Para Industrias de la
comunicación audiovisual La comunicación móvil Educación para el
mercado WordPress: de blogs pessoais a grandes portais Juegos para
empresarios y economistas Realidad Virtual Guia A História Ed.06
Videogames Inmersión En La Realidad Virtual Revista Gadgets
Electrónica y Servicio ¡Empresas Ganadoras! ¿Cuál es su secreto?
¿Cuáles sus estrategias? Didáctica de la lengua y la literatura y
nuevas tecnologías. Inovação para o crescimento Así se acaba el mundo
MFO943_3 - Proyectos Audiovisuales Multimedia Interactivos
Interoperabilidad, internet de las cosas y derecho de autor Estudios
de género en tiempos de amenaza Los cien errores más frecuentes del
emprendimiento Da estratégia ágil aos resultados Diseño de
Videojuegos. 2ª Edición. Realidade virtual Categorizar: el arte de
crear y expandir categorías Los cien errores del emprendimiento
Cultura infantil y multinacionales Empresa, economía y derecho.
Oportunidades ante un entorno global y disruptivo. A guerra dos
consoles Fundamentos de Mercadotecnia

Thank you for downloading Manual De Usuario Nintendo Ds Lite . Maybe
you have knowledge that, people have look numerous times for their
chosen readings like this Manual De Usuario Nintendo Ds Lite, but end
up in malicious downloads.
Rather than enjoying a good book with a cup of tea in the afternoon,
instead they juggled with some harmful bugs inside their computer.

Manual De Usuario Nintendo Ds Lite is available in our digital library
an online access to it is set as public so you can get it instantly.
Our books collection hosts in multiple locations, allowing you to get
the most less latency time to download any of our books like this one.
Kindly say, the Manual De Usuario Nintendo Ds Lite is universally
compatible with any devices to read

Desarrollo de Un Sistema Predictivo Para Oct 19 2021 Se desarrolla un
modelo de previsión específico para productos de alta implicación. El

modelo utiliza las variables relacionadas con el comportamiento de los usuarios de consolas de videojuegos de sobremesa, siendo éste el producto seleccionado para realizar la investigación aplicada. En la tesis doctoral se analizan con profundidad todos los antecedentes relacionados con el tema de análisis: comportamiento del consumidor, y de forma específica de los jóvenes que utilizan el producto analizado; estudio exhaustivo de las características de dichos jóvenes; las consolas de videojuegos, su historia, modalidades, ventajas e inconvenientes; fundamentos de investigación, tanto desde el punto de vista de la investigación cualitativa como cuantitativa. la investigación aplicada consiste en una fase cualitativa con entrevistas en profundidad y una fase cuantitativa con encuestas, realizándose el análisis final con redes neuronales artificiales. El tema a estudiar en la tesis doctoral tiene un elevado grado de originalidad, ya que por una parte, se plantea un sistema predictivo para productos de alta implicación, cuando habitualmente este tipo de productos no son analizados de forma específica en los sistemas predictivos. Por otra parte, la aplicación se ha realizado sobre el mercado de las consolas de videojuegos, siendo éste un mercado poco analizado desde el punto de vista del marketing, y menos desde el área de la previsión.

Bajo la influencia del branded content Jun 26 2022

Estudios de género en tiempos de amenaza May 02 2020 como categoría jurídica y biológica, una decisión política que se ha plasmado ya en la legislación de varios países y territorios y cuyo debate se ha polarizado a nivel mundial, entre quienes defienden que debe ser la autodeterminación de género (como equivalente al sexo) y no el sexo biológico lo que ostente la condición legal y, quienes consideran que esta decisión supondrá "el borrado de las mujeres". De este asunto y de otros muchos más se habla en este libro en el que se vislumbra que, a tenor de las personas que participan en él, los estudios de género y el feminismo sigue siendo un campo mayoritariamente de mujeres. De las 98 personas que firman los 61 artículos que componen este libro, 74 son mujeres frente a 24 varones, quienes han escrito sobre 39 temas, todos ellos relacionados con el género y con la perspectiva de género y que han sido incluidos por orden alfabético en función de los temas tratados, quedando plasmados de la siguiente manera: Androcentrismo; Ciberviolencia; Ciencia; Cine y películas de animación; Colegio de las Doncellas; Conflictos armados; Covid-19; Creadoras; Deporte; Derecho; Discurso del odio; Docencia; Ecofeminismo; Educación artística; Empoderamiento; Estatuto jurídico en el Barroco; Estereotipos de género; Género masculino; Identidad; Imagen; Innovación educativa; Inteligencia artificial; Interseccionalidad; Lenguaje inclusivo; Lgbti; Micromachismos; Mujeres científicas; Niñas gimnastas; Nuevas masculinidades; Patriarcado; Población rural y tecnologías; Política; Profesiones; Sexismo; Universidad; Urbanismo; Videojuegos; Violencia

de Género y Violencia verbal. Son investigaciones y argumentos académicos que, por un lado, visibilizan el trabajo de muchas mujeres y, por otro, ponen el foco en una serie de hechos para aportar un sosegado debate sobre la urgente necesidad de cambiar las decisiones políticas, económicas, jurídicas, sociales y culturales que no benefician a las mujeres. Una tarea que no va contra nadie y a la que todas las personas estamos llamadas.

MF0943_3 - Proyectos Audiovisuales Multimedia Interactivos 2020 Este Manual Pertenece al Certificado de Profesionalidad Desarrollo de productos audiovisuales Multimedia Interactivos (IMSVO209), de la familia profesional de Imagen y Sonido. Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de definir proyectos audiovisuales multimedia interactivos. Se definirá proyectos audiovisuales multimedia interactivos. Se determinará las características, tipos y géneros de proyectos multimedia interactivos, a partir del análisis de la documentación de un proyecto, para proceder a su planificación y programación. Se seleccionará y configurará el equipamiento técnico y las herramientas de autor necesarias para la producción de un interactivo multimedia. Se establecerá las características técnicas, narrativas y estéticas de las fuentes, empleadas en la producción de un proyecto multimedia interactivo.

Jul 04

Fundamentos de Mercadotecnia Jun 22 2019 Fundamentos de Mercadotecnia nace del reconocimiento de los múltiples avances que esta ciencia social ha tenido en los últimos años en México, con la idea de conjugarlos con fundamentos teóricos ampliamente aceptados y plasmarlos en un libro de fácil comprensión. El texto toma el relevo de Mercadotecnia: Conceptos y Estrategias, para agregar los cambios ocurridos en la disciplina desde su publicación, reflejándolos en un contexto empresarial y cultural tan único como el mexicano. Este libro pretende exponer al lector con amplitud y precisión los principios, instrumentos y métodos de una disciplina actual, cuya finalidad es conocer por qué se realizan intercambios y cómo son o deben ser estimulados y mantenidos.

Da estratégia ágil aos resultados Feb 29 2020 Apesar dos significativos avanços na área de gestão dos projetos nos últimos 40 anos, os índices de fracasso dos projetos no mundo ainda se mantêm elevados. Heitor Coutinho, neste livro, mostra como aumentar significativamente – e de forma sustentável – os índices de sucesso das estratégias organizacionais em termos de projetos. Ele parte do princípio de que o conhecimento de uma única área é insuficiente para trazer retornos que se necessita. A obra apresenta, assim, fatores e variáveis críticas para o sucesso, que não estão presentes nos modelos (PMBoks) atualmente utilizados pelas organizações. Trata-se, portanto, de um conteúdo sobre Gestão Avançada de Projetos. Os principais programas executivos sobre esse assunto estão em Stanford, Oxford

(mais recente) e na FDC. Com respeito ao conteúdo, seus oito capítulos tratam (1) do alcance de resultados pela compreensão sistêmica, passando pelo histórico da Gestão de Projetos, (2) da Estratégia Ágil, contemplando temas como Inteligência Coletiva e Ecossistema Empresarial, entre outros, (3) das metodologias (métodos tradicionais, ágeis, inovativos), (4) das melhores práticas (escopo, cronograma, riscos etc.), (5) dos desafios, contemplando os espectros da complexidade, singularidade, competência técnica, velocidade, oposição, (6) da mudança organizacional, (7) da governança da gestão de projetos e (8) da jornada do líder na construção de um legado relevante. Quanto à forma, vale destacar que os capítulos trazem ilustrações, QR codes com links para conteúdos pertinentes ao texto e referências bibliográficas. O autor fez a lição de casa e foi a seu limite na busca por um texto mais dialógico. As dicas dispersas ao longo do texto falam diretamente ao leitor!

WordPress: de blogs pessoais a grandes portais Jun 14 2021 O WordPress é o Sistema de Gerenciamento de Conteúdo (ou CMS) mais usado do mundo, sendo utilizado na criação de websites que compõem cerca de 31% de toda a internet. E não é pra menos: sendo extremamente fácil de usar e de desenvolver para esta plataforma, contando com um excelente suporte a temas e plugins, e trazendo recursos e funcionalidades de ponta, o WordPress se tornou uma das mais bem-sucedidas ferramentas de Software Livre e vem sendo cada vez mais adotado por pessoas e empresas para a construção de websites de todos os tipos e finalidades. O objetivo do livro WordPress: de blogs pessoais a grandes portais é oferecer um meio prático e fácil de aprender a utilizar o WordPress, ensinando-o a instalar, configurar e personalizar este CMS em seu próprio servidor. Com este livro, você também aprenderá a desenvolver o seu próprio tema a partir de código HTML escrito por você mesmo. E o melhor: com a ajuda de material didático gratuito, criado especialmente para uso com este livro! Se você já trabalha desenvolvendo sites e blogs e quer conhecer o WordPress, se você já conhece um pouco esse sistema e deseja aprofundar seus conhecimentos, ou se você é leigo em programação mas está procurando uma forma de criar um site que se destaque na internet, este livro é para você. Autor: Giancarlo Silva. Revisão: Barbara Rocha. Arte de capa: Thiago Chaves.

Inmersión En La Realidad Virtual Feb 08 2021 ¿Qué es la inmersión en la realidad virtual? La realidad virtual (VR) da a los usuarios la impresión de que están físicamente presentes en un entorno que no existe en el mundo real. El usuario del sistema de realidad virtual se sumerge en imágenes, sonidos y otros estímulos que juntos forman un entorno completo inmersivo, que es responsable de la creación de la percepción. Cómo se beneficiará (I) Insights y validaciones sobre los siguientes temas: Capítulo 1: Inmersión (realidad virtual) Capítulo 2: Multimedia Capítulo 3: Realidad virtual Capítulo 4: Realidad aumentada

Capítulo 5: Realidad mixta Capítulo 6: Pantalla montada en la cabeza
Capítulo 7: Metaverso Capítulo 8: Terapia de realidad virtual Capítulo
9: Vídeo de 360 ??grados Capítulo 10: Modelo de proyección aumentada
Capítulo 11: Entrenamiento de astronautas Capítulo 12: Oculus Rift
Capítulo 13: zSpace (empresa) Capítulo 14: Windows Mixed Reality
Capítulo 15: Auriculares de realidad virtual Capítulo 16: Seguimiento
posicional de RV Capítulo 17: Realidad virtual en educación primaria
Capítulo 18 : Juego de realidad virtual Capítulo 19: V aplicaciones de
realidad virtual Capítulo 20: Aprendizaje inmersivo Capítulo 21:
Realidad virtual cinematográfica (II) Respondiendo a las principales
preguntas del público sobre la inmersión en la realidad virtual. (III)
Ejemplos del mundo real para el uso de la inmersión en la realidad
virtual en muchos campos. (IV) 17 apéndices para explicar, brevemente,
266 tecnologías emergentes en cada industria para tener 360
Comprensión completa de grado de inmersión en tecnologías de realidad
virtual. Para quién es este libro Profesionales, estudiantes de
pregrado y posgrado, entusiastas, aficionados y aquellos que quieran
ir más allá del conocimiento o la información básica para cualquier
tipo de inmersión en la realidad virtual.

Universal Access in Human-Computer Interaction. Human and
Technological Environments Dec 21 2021 The three-volume set LNCS
10277-10279 constitutes the refereed proceedings of the 11th
International Conference on Universal Access in Human-Computer
Interaction, UAHCI 2017, held as part of the 19th International
Conference on Human-Computer Interaction, HCII 2017, in Vancouver, BC,
Canada in July 2017, jointly with 14 other thematically similar
conferences. The total of 1228 papers presented at the HCII 2017
conferences were carefully reviewed and selected from 4340
submissions. The papers included in the three UAHCI 2017 volumes
address the following major topics: Design for All Methods and
Practice; Accessibility and Usability Guidelines and Evaluation; User
and Context Modelling and Monitoring and Interaction Adaptation;
Design for Children; Sign Language Processing; Universal Access to
Virtual and Augmented Reality; Non Visual and Tactile Interaction;
Gesture and Gaze-Based Interaction; Universal Access to Health and
Rehabilitation; Universal Access to Education and Learning; Universal
Access to Mobility; Universal Access to Information and Media; and
Design for Quality of Life Technologies.

Diseño de Videojuegos. 2ª Edición. Jan 28 2020 Adentrarse en un mundo
tan fascinante como el de los videojuegos requiere tener una buena
guía de juegos y unas cuantas partidas extras. La expansión que ha
sufrido la industria de los videojuegos en los últimos años ha sido
increíble, llegando a millones de personas y creando nuevas
plataformas y revolucionarios sistemas de juego. Pero el mundo de los
videojuegos, como casi todos los procesos artísticos, parte de una
idea, que gracias a un exhaustivo trabajo, se convierte en realidad.

Este libro es un manual para poder convertir esa idea que tenemos en la cabeza en un producto. A través de estas páginas conocerás cómo se trabaja en la realización del guión, los personajes, escenarios, mecánicas de juego, inteligencia artificial... una pequeña ayuda para todos los futuros diseñadores que quieren embarcarse en la gran aventura de crear videojuegos. Daniel González. Combina su trabajo de publicidad con el desarrollo de videojuegos. Está al cargo de los cursos de videojuegos que imparte Gametopia, colaborando con diversas universidades.

Cultura infantil y multinacionales _____ Sep 25 2019 Para muchas empresas comerciales, los niños y niñas, y el dinero de sus familias, constituyen uno de sus principales objetivos. Hay programas de televisión, películas, videojuegos, juguetes, libros y restaurantes que se dirigen específicamente a este sector de la población, todo lo cual ha dado lugar a una «cultura infantil» manejada por ejecutivos de mercadotecnia y publicidad. Mediante una serie de interesantes y perspicaces ensayos, este libro explora algunos de los iconos que modelan los valores y la consciencia infantil, desde Barrio Sésamo, Beavis y Butt-Head, los Power Rangers y Barbie hasta el osito Barney; desde las películas de Walt Disney hasta los videojuegos de Nintendo. Personalidades de la educación, la sociología y la cultura popular analizan los profundos efectos y la penetrante influencia de estas producciones de las compañías comerciales en un estilo de divulgación que madres, padres, docentes y público en general recibirán con agrado. Shirley R. STEINBERG, Joe L. KINCHELOE, Henry A. GIROUX, Eleanor BLAIR HILTY, Douglas KELLNER, Eugene F. PROVENZO, Peter McLAREN, Janet MORRIS, Linda K. CHRISTIAN-SMITH, Jean I. ERDMAN, Alan A. BLOCK, Aaron David GRESSON III, Murry R. NELSON, Jeanne BRADY, Jan JIPSON y Ursi REYNOLDS afirman que las experiencias infantiles están siendo remodeladas, con o sin nuestro consentimiento, y reflexionan sobre las consecuencias de todo este “bombardeo comercial” de productos culturales sobre niñas y niños y sobre las concepciones existentes acerca de la infancia.

Level UP Mar 24 2022 Level Up foi escrito com todos os níveis de designers de jogos em mente. Mais de 400 desenhos ilustram os conceitos de design e armadilhas comuns do design de jogos, tornando Level Up um guia indispensável para designers de jogos tanto no "campo" quanto na sala de aula. Aprenda como: - criar o que os jogadores querem; - dar vida a personagens cativantes (e jogáveis); - construir níveis de jogos que contam histórias e desafiam os jogadores; - fazer o design de tudo desde os controles, as cenas de cortes, até os combates; - estruturar seus documentos de designem que brilhem; - apresentar seus jogos como os profissionais.

Empresa, economía y derecho. Oportunidades ante un entorno global y disruptivo. Aug 24 2019 Las sociedades y las distintas economías nacionales viven, a nivel mundial, momentos de inestabilidad y

profundas transformaciones. Los efectos de la globalización, las rápidas transformaciones tecnológicas y la disrupción digital, o las inestabilidades geopolíticas, producen intensos movimientos de consecuencias complejas y altamente impredecibles. Y, en dicho contexto, personas, empresas, instituciones, o gobiernos han de actuar adaptándose y, en lo posible, adelantándose, de forma proactiva, a los nuevos escenarios sociales, políticos, estratégicos o económicos que van surgiendo de una forma cada vez más acelerada.

Educación para el mercado Jul 16 2021 La educación para el mercado consiste en estudiar los comportamientos de segmentos de población más o menos amplios y actuar desde los medios de comunicación (los tradicionales más otros como videoclips y videojuegos) sobre dichos comportamientos. Cuando la población comienza a actuar por sí misma, fuera del círculo establecido, el sistema de adoctrinamiento activa de inmediato nuevos estudios y estrategias de acción para adaptarse y agrandar dicho círculo, de forma que se cambia una parte o el todo para que el conjunto continúe igual. Se trata de una persecución «asfixiante» contra el consumidor en potencia –cuanto más consciente, más asfixiante- que no puede escapar a ella, puesto que toda la estructura mercantil podría venirse abajo. Por tanto, el objetivo del sistema es presentar esta dinámica como progreso. En este libro no se pretende demonizar a las llamadas nuevas tecnologías ni al mercado, sino a ciertas manifestaciones mensajísticas, que parten de la tecnología audiovisual, así como a determinadas prácticas de codicia mercantil. No hemos llegado realmente al fin de las ideologías, sino que la ideología hegemónica se transmite a través del mensaje audiovisual, destinado a menores y a mayores, para educarlos en valores que pueden producirles en un futuro frustraciones y malestares de diversa tipología, al chocar el contenido del mensaje con la realidad. Ya no se «fabrican» ciudadanos, se «fabrican» consumidores oníricos.

Revista Gadgets Jan 10 2021 Es una revista especializada en el sector tecnológico, donde podrás encontrar las últimas innovaciones tecnológicas implementadas en productos de consumo. El contenido incluye secciones de fotografía y video digital, telefonía celular, computadoras portátiles y de escritorio, accesorios y periféricos electrónicos, además de otros dispositivos portátiles, como los MP3 y MP4, así como lo último en alta definición (Blu Ray) y pantallas de LCD y plasma. Por otro lado, se incluyen evaluaciones técnicas de diversos componentes, los principales estrenos en la cartelera cinematográfica, los más recientes lanzamientos en DVD y Videojuegos, y por último, la sección de estilo de vida, con información variada sobre los gadgets y accesorios que te harán la vida más fácil.

A Era da Velocidade Aug 29 2022 Para todos que se sentem esmagados pela velocidade da vida e dos negócios, o autor Vince Poscente revela como superar a urgência de uma vez por todas na A Era da Velocidade.

Esclarecendo a noção de que no mundo de hoje precisamos desacelerar, Poscente elucidada por que a exploração do poder da velocidade seria a solução definitiva para aqueles que buscam menos estresse, menos ocupação e mais equilíbrio. A Era da Velocidade mostra isso e outras revelações pioneiras em ação com estudos de casos baseados em companhias renegadas, como a Netflix, Geico e Nintendo. Repleto de visões inusitadas e pesquisas incitantes avivadas pela voz de um contador de histórias, A Era da Velocidade é uma leitura divertida e rápida que modificará a sua visão e ainda permanecerá na sua mente muito depois de terminada a última página.

Los cien errores del emprendimiento Oct 26 2019 Descripción del editor: "Ser emprendedor no es fácil y menos en España. Quien diga lo contrario no sabe de lo que habla. Bueno, ya lo hemos dicho, pero sería un error, el primero y más importante, no intentarlo y de eso trata este libro. Tratar de analizar los errores de otros para que aumente la probabilidad de que usted con su negocio acierte evitando el derroche de sus escasos recursos. Muchos han comparado este proceso con los deportistas de élite, los cuales cometen errores y se enfrentan continuamente al fracaso, lo gestionan y lo superan ya que sólo gana uno en las competiciones. Crear y gestionar una empresa conlleva un número importante de riesgos y sacrificios. Se toman decisiones sobre una posible situación ideal rentable, pero con poca información sobre las posibilidades de éxito o fracaso futuro del producto o servicio que se va a ofrecer. Índice Los cien errores del emprendimiento: Error 1. El error más grave de todos es no emprender.- Error 2. Falta de preparación.- Error 3. Falta de experiencia.- Error 4. No ser constantes.- Error 5. No dar importancia a los aspectos jurídicos.- Error 6. Pensar pequeño y morir diminuto.- Error 7. Demasiados costes fijos. [...]" (ESIC).

Industrias de la comunicación audiovisual Sep 17 2021 El objetivo fundamental de este libro es ofrecer una caracterización clara y actualizada de las industrias de la comunicación audiovisual dentro de este contexto donde el cine, la radio, la televisión, la edición musical o el videojuego encuentran un nuevo territorio y unas nuevas funciones, y donde aparece nuevas plataformas de medios, como Internet y la pantalla móvil. Se intenta asimismo ofrecer una panorámica general de la evolución que han sufrido y están sufriendo hoy en día las industrias de la comunicación, teniendo en cuenta los factores históricos, políticos, económicos, y demás, que las han configurado. Se pretende, de este modo, contribuir a una mejor comprensión de la llamada 'era de la información y de la comunicación'.

Inovação para o crescimento Sep 05 2020 Por que o Crescimento é Tão Difícil de se Alcançar? Atingir crescimento através da inovação parece muito difícil. Quase todas as empresas se debatem para alcançar retornos positivos sobre seus investimentos em inovação. Algumas simplesmente não dispõem das ferramentas para tornar a inovação parte

da prática do dia a dia. Este livro escrito por quatro especialistas em criar inovação para o crescimento mostra como isto é possível e depende unicamente de sistematização. Eles detalham abordagens testadas pelo mercado que permitem aos leitores criar novos negócios geradores de crescimento e tornam sistemática a busca do crescimento através da inovação. Os autores irão ajudá-lo a identificar - e superar - as armadilhas que se interpõem no caminho para o sucesso da inovação, apresentando estruturas, ferramentas e planilhas que irão ajudar inovadores como você a:

- Identificar oportunidades que outros provavelmente perderão
- Elaborar soluções que criem crescimento inovador e, ao mesmo tempo, desbancar os atuais líderes de mercado.
- Gerir o risco de projetos em estágios iniciais
- Construir sistemas e estruturas para criar repetidamente negócios vencedores

O livro *Inovação para o Crescimento* irá ajudá-lo a ver que a inovação pode ser administrada e dominada. Ele irá ajudá-lo a se juntar à comunidade de profissionais que estão começando a mudar o mundo da inovação, passando de um mundo de contradições para um de padrões ordenados. Enquanto existirem outros que não são capazes de enxergar esses padrões, aqueles pertencentes à comunidade da inovação terão uma poderosa fonte de vantagem competitiva.

Los cien errores más frecuentes del emprendimiento Mar 31 2020 Ser emprendedor no es fácil y menos en España. Quien diga lo contrario no sabe de lo que habla. Bueno, ya lo hemos dicho, pero sería un error, el primero y más importante, no intentarlo y de eso trata este libro. Tratar de analizar los errores de otros para que aumente la probabilidad de que usted con su negocio acierte evitando el derroche de sus escasos recursos. Muchos han comparado este proceso con los deportistas de élite, los cuales cometen errores y se enfrentan continuamente al fracaso, lo gestionan y lo superan ya que sólo gana uno en las competiciones. Crear y gestionar una empresa conlleva un número importante de riesgos y sacrificios. Se toman decisiones sobre una posible situación ideal rentable, pero con poca información sobre las posibilidades de éxito o fracaso futuro del producto o servicio que se va a ofrecer. Índice: Los cien errores del emprendimiento: Error 1. El error más grave de todos es no emprender.- Error 2. Falta de preparación.- Error 3. Falta de experiencia.- Error 4. No ser constantes.- Error 5. No dar importancia a los aspectos jurídicos.- Error 6. Pensar pequeño y morir diminuto.- Error 7. Demasiados costes fijos. [...]

Así se acaba el mundo Aug 05 2020 El mundo no se acaba del mismo modo para todos. En este libro se presentan 19 versiones del anuncio milenarista que se cumplirá, o no, un día de diciembre de 2012... o cualquier otro. Estas historias abarcan un amplio registro, desde la fantasía hasta el realismo crudo, de la historia íntima a la histeria colectiva, del sentido del humor hilarante a la revelación trágica, de la ruptura amorosa a robots asesinos y fantasmas. Los personajes

deciden cómo vivir el día final, y sus elecciones pasan por cantar en un avión rolas ochenteras o jugar el último nivel de un videojuego. Otros, claro, no deciden nada, pero el Fin los alcanza de todas maneras.

Derecho informático May 26 2022 La materia cuyo estudio está por emprender es sumamente cambiante y fascinante. Cada día surgen nuevas tecnologías o modelos de negocios que incorporan un nuevo matiz al comercio electrónico o a las actividades que se llevan a cabo a través de la Internet. Es por eso que se agrupan en una sola asignatura temas que pertenecen a aquellas ramas del Derecho que son en sí mismas autónomas. Es decir, a nadie le cabe duda de que los contratos pertenecen a una rama autónoma del Derecho. Entonces, ¿por qué estudiarlos como parte del Derecho Informático cuando se hacen en línea?, ¿por qué ver derechos de autor o marcas cuando cada una de estas instituciones jurídicas está regulada por su propia rama del Derecho? La respuesta es muy sencilla. Lo que se pretende es que el conocimiento sea lo más actualizado posible por sus rápidos cambios y por sus tendencias. Este libro cubrirá cada uno de sus temas con una óptica de tres dimensiones: Derecho Internacional, Derecho Comparado y Derecho mexicano. La razón de estudiarlo así tiene una doble utilidad. La primera le hará comprender cómo se regula el tema en otros países. Por ejemplo, un cliente suyo desarrolla un programa de cómputo y desea saber cómo se protege en México, en los Estados Unidos y en los países europeos. Incluso, se podría dar el caso de que un software perfectamente protegible en México, en los Estados Unidos constituya una infracción de una patente. El texto le brindará un conocimiento general del tema en distintos sistemas jurídicos. El segundo objetivo útil es conocer cómo se regula la problemática en otros países, tendencias jurídicas que invariablemente serán o ya han sido trasplantadas en el sistema jurídico mexicano.

Didáctica de la lengua y la literatura y nuevas tecnologías.
2020 Didáctica de la Lengua, cultura escrita y artes en la formación inicial docente / Concepción Francos Maldonado Alfabetización inicial, contenidos gramaticales y análisis curricular en contextos plurilingües / Susana Sánchez Rodríguez, Alicia Santolària Orrios y Mariona Casas Deseures El pan de la guerra de la literatura al cine: una propuesta didáctica interdisciplinar con perspectiva de género / Carmen Ferreira, Rocío G-Pedreira y Marta Neira-Rodríguez Propuesta docente para incorporar la enseñanza de lengua en el aula de literatura en el ámbito universitario: claves del estilo directo en torno a la literatura inglesa victoriana / Pablo Ruano San Segundo La actualización del currículo de Literatura a través de recursos multimedia: los cortos surrealistas en 4ºESO / Alberto Corpas Martos y Raúl Rubio Millares Lengua y literatura en Educación Primaria desde las percepciones del alumnado del Prácticum / Antonio Gutiérrez Rivero y María Michel Santiago del Pino La construcción de la opinión: didáctica

Oct 07

del texto argumentativo en el aula de Secundaria hoy / Pablo Moreno Verdulla
Del currículum al manual escolar en Didáctica de la Lengua y la Literatura: una revisión de los contenidos en Educación Secundaria Obligatoria / Fernando Marín Martí y Noelia Ibarra Rius
Léxico canario y sexismo. Una experiencia didáctica en el aula de Secundaria / Jéscica Fortes Regalado, Zeus Plasencia Carballo y Antonio Jesús Sosa Alonso
El regreso de las olvidadas de la Edad de Plata en el ámbito universitario: planteamientos teóricos y prácticos / Guadalupe Nieto Caballero
Características de la lectura inicial y del apartado de comprensión lectora de libros de texto / Aída Bárbara Parrales Rodríguez
Posibilidades de visualización digital de Yerma. Una propuesta de aula / Monika Dabrowska
Formación inicial de maestras y maestros de LIJ en pandemia: el reto de trabajar online DLIJ / Consol Aguilar Ródenas
El imaginario algorítmico: representaciones de Caperucita Roja y Blancanieves en Google imágenes / Francisco Antonio Martínez Carratalá
Experiencia didáctica: uso de la técnica de Stop Motion en LIJ "Lijmotion" / Teresa Ciudad Camacho y María Inmaculada Cantero Almena
Gamificación digital con Genially y Blooket en el aula de inglés / Sergio Jiménez de la Cruz y Ana Martín-Macho
Harrison
Alfabetización digital desde la educación literaria: el proyecto Descubriendo / Assumpta Biosca Taronger y Josep Ballester Roca

Guia A História Ed.06 Videogames Mar 12 2021 Neste guia descubra toda a história por trás desse que é um item praticamente indispensável nas casas em todo mundo: o videogame. Boa leitura!

Propiedad y patrimonio en el medio digital Apr 24 2022 En pleno año 2020, la sociedad contemporánea ha abrazado la revolución digital, generando un notable impacto en nuestro tejido social, económico y productivo. Sin lugar a dudas, el comercio online, tanto de objetos físicos como de contenidos digitales, se ha convertido en una acción de lo más cotidiana a través de botones donde figuran expresiones tales como "comprar" o "cómpralo ya". En particular, el consumo y adquisición de contenidos digitales en línea se ha convertido en un verdadero motor del medio digital, y una sobresaliente fuente de ingresos para las industrias culturales, con la llegada de plataformas de todo tipo donde disfrutar de música, libros, películas o videojuegos. Las crecientes cifras de explotación de la propiedad intelectual demuestran que se trata, sin lugar a dudas, de un modelo exitoso. Pero: ¿en qué posición quedan los consumidores? ¿Podemos hablar de verdadero progreso, si estas nuevas de explotación conllevan una regresión de derechos de los consumidores? ¿Qué ocurre cuando pulsamos "comprar"? A lo largo de esta obra, examinaremos los fundamentos de propiedad intelectual y los derechos de consumidores y usuarios, que confluyen en ese preciso instante, desplegando toda una serie de consecuencias jurídicas que dan lugar a múltiples fenómenos y, en definitiva, a la creación de nuestro patrimonio digital.

La comunicación móvil Aug 17 2021 La comunicación móvil está cambiando la fisonomía de Internet y la forma en que los usuarios se relacionan con él. Desde la movilidad emergen algunos de los grandes interrogantes (¿neutralidad de la red o gestión del tráfico de datos?, ¿Internet móvil abi

A guerra dos consoles Jul 24 2019 Da mesma forma que outras grandes rivalidades modernas, como Coca-Cola versus Pepsi e Apple versus Microsoft, redefiniram cada competidor e reescreveram a história dessas empresas, o intenso combate entre Sega e Nintendo nos anos 1990 revelou o melhor e o pior de cada uma e mudou para sempre o mundo do entretenimento, fazendo nascer uma indústria mundial de 60 bilhões de dólares. Na época a Nintendo praticamente monopolizava o mercado de video games, enquanto a Sega era apenas uma empresa instável de fliperamas. Tudo isso iria mudar com a chegada de Tom Kalinske, um ex-executivo da Mattel que podia não saber nada de jogos eletrônicos, mas era expert em travar batalhas impossíveis. Suas táticas arrojadas combinadas às ideias ousadas de seus funcionários transformaram a Sega por completo e a colocaram num patamar ameaçador para a hegemonia da Nintendo. Tendo como base mais de duzentas entrevistas com antigos funcionários de ambas as empresas, Blake J. Harris revela os guerreiros, as estratégias e os diversos fronts de batalha da grande guerra entre esses colossos do entretenimento eletrônico. Passando por momentos-chave da história dos video games — como a criação do Sonic, os lançamentos dos consoles Mega Drive e Super Nintendo e a chegada do jogo Donkey Kong Country às lojas —, Harris retrata essa indústria de maneira inédita e recria com propriedade a energia e o sentimento de todos os nomes importantes da Sega e da Nintendo. Um verdadeiro thriller que mostra os bastidores de uma batalha épica pelo coração e pelo dinheiro de gamers do mundo inteiro e como tudo isso mudou e marcou definitivamente a cultura pop.

Realidade virtual Dec 29 2019 Este livro apresenta diferentes propostas de aplicações de realidade virtual imersiva para a área da reabilitação e da saúde mental. Aborda conceitos básicos e aplicados de uma tecnologia em ascensão revelando inúmeras descobertas científicas e propondo idéias e aplicações. Não espere encontrar neste livro jogos e entretenimento em realidade virtual. Mas com certeza encontrará jogos sendo aplicados para reabilitação e saúde mental.

¡Empresas Ganadoras! ¿Cuál es su secreto? ¿Cuáles sus estrategias? Nov 07 2020 El libro se centra en analizar como una visión “distinta” de la realidad -de como vemos las cosas la mayoría de nosotros- y un pensamiento no lineal (provocador) que desafía los convencionalismos, sirvió a las empresas que se presentan (algunas muy conocidas por todos y otras todavía emergentes pero ya amenazando la hegemonía de alguno de los actuales líderes de mercado) para romper las reglas de juego de sus respectivas industrias y devenir, en un tiempo record, en

compañías reconocidas a nivel mundial. A partir de un ejercicio de análisis desenfadado y dinámico de las estrategias que han seguido esas compañías a las que se califica de ganadoras (y que explicaría el éxito que han obtenido), el autor nos propone una nueva herramienta de posicionamiento y análisis estratégico de la competencia, tremendamente visual e intuitiva, que ha de servirles para analizar la fortaleza de la posición que ocupe actualmente su empresa en su mercado y descubrir nuevas oportunidades donde hacer negocio. Tal herramienta les permitirá situar a su empresa y a sus competidores en su contexto en función de la estrategia que tanto ustedes como ellos sigan, dibujar e interpretar sus posibles movimientos de ataque, identificar y explorar nuevas posibilidades tanto dentro de su espacio de mercado natural...como fuera de él y, en último lugar, jugar al beat my own business! (hundir mi propio negocio), sin sufrir daños mayores que el de quedarse con la mosca tras la oreja...por si aquello que simulemos, ¡acaba realmente ocurriendo! ¿Se atreven? Nota: El libro ha sido diseñado para una lectura a doble página, para ello se recomienda, una vez abierto el pdf, ir al menú y seleccionar: Ver / Presentación de página / Dos en una

Marketing Jul 28 2022 This accessible overview helps learners master the basic principles and practices of modern marketing in an enjoyable and practical way. Its coverage balances upon three essential pillars—(1) theory and concepts; (2) practices and applications; and (3) effective learning tools. A four-part organization details topics under the headings of: understanding marketing and the marketing management process, assessing opportunities in a dynamic marketing environment, developing marketing strategy and the marketing mix, and extending marketing. For individuals interested in taking an intriguing, discovery-filled journey to the business of marketing—in sales forces, retailing, advertising, research, or any other

Categorizar: el arte de crear y expandir categorías Nov 27 2019 ¿Qué pueden hacer las empresas para crear una marca fuerte y que aporte beneficios? La respuesta está en el proceso de categorización, que trata de crear marcas enfocadas en el consumidor y se sustenta en las necesidades y no en los productos. Categorizar es la estrategia de marketing más eficaz para emprender y crecer. Nestlé la utilizó con Nespresso, la nueva categoría de café en cápsulas; Danone con Activia, para desarrollar la categoría de producto que mejora la digestión; y un emprendimiento como LinkedIn, para crear la categoría de red social profesional. Este libro está pensado para los directores de marketing y sus colaboradores, pues da las pautas para crear e implementar una nueva categoría. Asimismo, con su lectura, los empresarios y altos directivos comprenderán el papel de las categorías como elemento fundamental en la estrategia de la empresa. Y los emprendedores encontrarán una importante herramienta de trabajo. Categorizar es la estrategia de marketing más eficaz para emprender y crecer. Nestlé la

utilizó con Nespresso, la nueva categoría de café en cápsulas; Danone con Activia, para desarrollar la categoría de producto que mejora la digestión; y un emprendimiento como LinkedIn, para crear la categoría de red social profesional. Este libro está pensado para los directores de marketing y sus colaboradores, pues da las pautas para crear e implementar una nueva categoría. Asimismo, con su lectura, los empresarios y altos directivos comprenderán el papel de las categorías como elemento fundamental en la estrategia de la empresa. Y los emprendedores encontrarán una importante herramienta de trabajo. Este libro está pensado para los directores de marketing y sus colaboradores, pues da las pautas para crear e implementar una nueva categoría. Asimismo, con su lectura, los empresarios y altos directivos comprenderán el papel de las categorías como elemento fundamental en la estrategia de la empresa. Y los emprendedores encontrarán una importante herramienta de trabajo.

Expansión Feb 20 2022

Avaliação de segurança de redes Oct 31 2022 Qual é o nível de segurança de sua rede? A melhor maneira de descobrir é atacá-la usando as mesmas táticas que os invasores empregam, de modo a identificar e explorar seus pontos fracos. Com a edição atualizada deste livro prático, você aprenderá a fazer testes de invasão (pentest) em redes de forma estruturada. O especialista em segurança Chris McNab apresenta vulnerabilidades comuns e os passos que você deve executar para identificá-las em seu ambiente. A complexidade dos sistemas e as superfícies de ataque continuam aumentando. Este livro descreve um processo para ajudá-lo a atenuar os riscos aos quais a sua rede está sujeita. Todo capítulo inclui uma checklist que sintetiza as técnicas dos invasores, junto com medidas de proteção eficazes que podem ser utilizadas de imediato. Aprenda a testar os componentes de seu sistema de modo eficiente, incluindo: •Serviços comuns como SSH, FTP, Kerberos, SNMP e LDAP •Serviços Microsoft, incluindo NetBIOS, SMB, RPC e RDP •Serviços de email SMTP, POP3 e IMAP •Serviços IPsec e PPTP que oferecem acesso seguro à rede •Protocolos TLS e recursos que oferecem segurança no transporte •Software de servidores web, incluindo Microsoft IIS, Apache e Nginx •Frameworks, incluindo Rails, Django, Microsoft ASP.NET e PHP

La Sociedad de la Información en España 2009 Nov 19 2021 Este Informe de la Sociedad de la Información en España 2009 es el décimo desde su primera publicación en el año 2000, y eso nos ha dado la oportunidad de echar la vista atrás y constatar el enorme salto tecnológico que se ha producido. Siguiendo una línea continuista con el contenido de informes anteriores, se recogen las tendencias del año y los datos más representativos en diversos ámbitos, lo que muestra una visión completa de cómo se encuentra el sector.

Electrónica y Servicio Dec 09 2020 Revista Electrónica y Servicio No. 168 presenta: Ciencia y novedades tecnológicas Desempeño laboral ·La

mejor amiga del técnico: una computadora portátil Servicio técnico

·Curso de electrónica básica-Lección 5: Dispositivos eléctricos: resistores, capacitores, bobinas, relevadores y transformadores Curso de electrónica. ·Guía maestra de circuitos de salida vertical ·Caso de servicio en televisores Philips (falta de video y de encendido/apagado en modo de servicio). ·Conectividad en equipos de audio y video

Realidad Virtual Apr 12 2021 ¿Qué es la realidad virtual? El término "realidad virtual" (VR) se refiere a una experiencia simulada que puede ser muy similar o muy diferente del mundo real. La realidad virtual se puede utilizar en una variedad de entornos, incluidos el entretenimiento, la educación e incluso los negocios. Otras formas separadas de tecnología que son similares a la realidad virtual incluyen la realidad aumentada y la realidad mixta, que a menudo se denominan colectivamente realidad extendida o XR para abreviar. Cómo se beneficiará (I) Insights y validaciones sobre los siguientes temas: Capítulo 1: Realidad virtual Capítulo 2: Realidad mixta Capítulo 3: Pantalla montada en la cabeza Capítulo 4: Inmersión (realidad virtual) Capítulo 5: Oculus Rift Capítulo 6: Sketchfab Capítulo 7: Realidad mixta de Windows Capítulo 8: HTC Vive Capítulo 9: Casco de realidad virtual Capítulo 10: Comparación de cascos de realidad virtual Capítulo 11: Pincel de inclinación Capítulo 12: Representación foveada Capítulo 13: Seguimiento posicional VR Capítulo 14: Experiencia de hiperrealidad Capítulo 15: Juego de realidad virtual Capítulo 16: VRCchat Capítulo 17: Aplicaciones de la realidad virtual Capítulo 18: Índice de válvulas Capítulo 19: Oculus Rift CV1 Capítulo 20: El azul Capítulo 21: NeosVR (II) Responder a las preguntas más frecuentes del público sobre realidad virtual. (III) Ejemplos del mundo real para el uso de la realidad virtual en muchos campos. (IV) 17 apéndices para explicar, brevemente, 266 tecnologías emergentes en cada industria para tener una comprensión completa de 360 ??grados de las tecnologías de realidad virtual. Para quien es este libro Profesionales, estudiantes de grado y posgrado, entusiastas, aficionados y aquellos que quieran ir más allá del conocimiento o la información básica para cualquier tipo de realidad virtual.

Posicionarse o desaparecer Sep 29 2022 O tiene una posición diferenciada en la mente de sus clientes o su precio tendrá que ser muy, pero que muy, barato. Descubra la utilidad del concepto posicionamiento en la gestión de una marca, una empresa, una idea e incluso un individuo. Vivimos en un mundo sobrecomunicado. La mente humana está sometida a un intenso y continuo bombardeo de información. Ante esa situación, la mente reacciona de dos formas: 1. Rechaza todo aquello que no encaja con marcos de referencia o paradigmas construidos a partir de experiencias anteriores y de conocimientos acumulados. 2. La mente ha aprendido a ordenar las ideas en escaleras mentales. Cada escalera mental corresponde a una idea, diferencial y relevante, o categoría. En cada escalón o peldaño se posiciona el

nombre de una marca. El objetivo para cualquier nueva marca debe ser estar posicionada en el primer peldaño de la escalera mental que le corresponde. Así pues, para que una marca sea sostenible en el tiempo, debe poseer un posicionamiento, diferenciado y relevante, en la mente del consumidor. Se calcula que menos de un 10% de las marcas han creado un posicionamiento claro, el resto tienen un futuro difícil a medio o largo plazo y, a corto, recurren al precio como única herramienta de venta. Las marcas que disfrutan de una posición fuerte en la mente de los usuarios son, normalmente, las referentes de categoría, las que son nombradas espontáneamente, las que destacan sobre la competencia, las que son relevantes en la vida del consumidor y las que le aportan un beneficio diferencial. Crear un posicionamiento es un proceso de dos fases. En la primera se selecciona, de todo el mapa de significados que definen lo que es y lo que ofrece una marca, un único concepto que es el más representativo del beneficio que ésta aporta a los usuarios. En la segunda fase, se ejecuta una óptima estrategia de comunicación para fijar ese concepto en la mente de esos usuarios potenciales. Índice Introducción.- Concepto de posicionamiento.- El proceso de posicionar un concepto en la mente.- Posicionamiento y categorías.- Tipos de posicionamiento.- Reposicionamiento.- Proteger el posicionamiento.- Expansión desde el posicionamiento.- Posicionamiento de una marca personal.- Conclusiones.- Bibliografía.- Relación de marcas y empresas.

Interoperabilidad, internet de las cosas y derecho de autor
2020 En agosto de 2019, Apple se unió al Proyecto de Transferencia de Datos (Data Transfer Project), junto con Google, Microsoft, Facebook y Twitter. Este proyecto se centra en la creación de una plataforma de código abierto que permite a las personas la transferencia de sus datos entre proveedores de servicios digitales de forma sencilla y efectiva. La razón que Apple argumentó para su adhesión fue la creencia compartida en que «la portabilidad y la interoperabilidad son centrales en la innovación». La palabra interoperabilidad se ha convertido en un término muy popular en casi cualquier debate europeo sobre la economía digital. Aunque definir esta palabra no es tarea fácil, hasta cierto punto uno podría decir que interoperabilidad es a la tecnología lo que socializar es a las personas. Los potenciales beneficios del Internet de las Cosas y de la bautizada como Cuarta Revolución Industrial dependen de la existencia de esta «socialización» entre redes, programas de ordenador y datos. Con todo, para alcanzar los mayores beneficios de una revolución digital cimentada en la interoperabilidad, es necesario el diseño e implementación de políticas legislativas entre varias disciplinas y varios sectores. Y esta última es una tarea muy compleja, tanto como el propio concepto de interoperabilidad. A este respecto, el papel que juega el derecho de autor es mayor de lo que pueda parecer a primera vista. El derecho de autor ha sido la forma de protección elegida a

Jun 02

nivel internacional para los programas de ordenador. En la Unión Europea, no sólo decidió protegerse a los programas de ordenador a través del derecho de autor como obras literarias, sino que se aprobó una directiva que establece un régimen de derecho de autor especial para este tipo de obras. Además, la Directiva fue pionera en abordar el problema de la interoperabilidad. El lector encontrará en esta obra una guía para entender el rol del derecho de autor como facilitador u obstaculizador de la interoperabilidad, así como las consecuencias que de uno u otro hecho se pueden derivar para el desarrollo de la denominada Cuarta Revolución Industrial y en particular para el Internet de las Cosas. Para cumplir con este cometido, la obra se adentra en cuestiones informáticas, económicas y jurídicas. Para abordar dichas cuestiones, el marco jurídico de referencia es doble: por un lado el derecho de autor, a través de la Directiva sobre protección de programas de ordenador. Por otro lado, las interacciones que se producen entre el derecho de autor y el derecho de defensa de la competencia en relación con la interoperabilidad. Begoña González Otero es investigadora senior en el instituto Max Planck for Innovation and Competition de Múnich. Doctora en Derecho por la Universidad de Santiago de Compostela (con Premio Extraordinario), ha trabajado también como abogada en sus dos vertientes, tanto de in-house consultant de una importante empresa internacional, como miembro de un despacho de notorio abolengo nacional. Asimismo, ha colaborado con proyectos europeos como el Latin-American IPR Helpdesk y asociaciones internacionales como la International Association of Public Transport (UITP) e impartido docencia en escuelas de negocios y másteres de derecho especializado en propiedad intelectual e industrial. Begoña es miembro de varias asociaciones profesionales tanto internacionales como nacionales y ha realizado estancias de investigación en el instituto Max Planck de Múnich y en el Instituto de Derecho de la Información (IViR) de la Universidad de Ámsterdam.

Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos 22 2022 La industria de los videojuegos conoce historias de esplendorosos éxitos y terribles fracasos. Detrás de unos y otros se esconden decisiones empresariales y herramientas comerciales que hubieran tenido distintas consecuencias en cualquier otro sector. Marketing hero desvela de manera clara y práctica las características del mercado de los videojuegos, tanto internacional como español. Para ello, cuenta con la participación de los directores y responsables de marketing y comunicación de las principales compañías nacionales (Sony, Microsoft, Nintendo, Electronic Arts, Ubisoft, Activision o FX Interactive, entre otras). A través de los datos más recientes, los últimos estudios y ejemplos prácticos espectaculares se exponen y analizan las estrategias comerciales más destacadas de los protagonistas de la industria del videojuego durante las últimas tres décadas. La rapidez con la que cambia este mercado exige al

Jan

profesional del marketing conocer las tendencias que parecen ofrecer más garantías de futuro ante un presente incierto. Conceptos como free to play, publicidad ingame, serious games o videojuegos en la nube son sólo algunas de las claves que marcarán el rumbo de la mayor industria del entretenimiento mundial en los próximos meses. Autores: Juan Carrillo Marqueta; Ana Sebastián Morillas; Sonia Carcelén García; Manuel González Hernández; Daniel Muñoz Sastre; Teresa Pintado Blanco; Isabel Rodrigo Martín; Luis Rodrigo Martín; Joaquín Sánchez Herrera. Índice Comportamiento del consumidor en el uso y compra de los videojuegos.- Estrategias de imagen y posicionamiento de marca de las videoconsolas.- La tecnología de las videoconsolas como argumento de venta.- Las comunidades virtuales como estrategia de marketing.- Del modelo de distribución tradicional al canal online.- Del precio por unidad a los videojuegos gratuitos.- La relación de los videojuegos con los medios de comunicación.- Desafíos de la publicidad ingame.- El personaje de juego como imagen de marca.- El caso Guitar Hero.

Juegos para empresarios y economistas _____ May 14 2021 Dirigido principalmente a los estudiantes de Administración de Empresas y de Economía, este libro también puede interesar a cualquier persona que quiera estudiar juegos de estrategia.