

Theorie 5.7 VGD Spieltheorie: Corporate Identity und Digital Persona

Coporate Identity für Game Designer und Firmengründer

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Game Design > 5. Semester

Nummer und Typ	BDE-BDE-T-VS-5007.18H.001 / Moduldurchführung
Modul	Theorie 5. Semester VGD
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Prof. Dr. Margarete Jahrmann
Zeit	Mo 24. September 2018 bis Mo 10. Dezember 2018 / 15 - 16:30 Uhr
ECTS	3 Credits
Lehrform	Seminar, Übung
Zielgruppen	Vertiefungsspezifisches Modul VGD, 5. Semester
Lernziele / Kompetenzen	- Reflexion der Geschichte Fiktionale Identitäten - Erkenntnisse über aktuelle Theorien digitaler Personae - Anwendung der fachspezifischen Game Design Skills zur Entwicklung eines spielerischen Selbst - Selfie Game zur Lancierung des GamedesignerInnen-Selbst
Inhalte	Ideale Identität - fiktionalen Persona - spielerisches Selbst Corporate Identity und Digital Persona im Game Business Firmenkonzeptionen als Spezialfall des Character Design Anhand von Analysen und Design Papers werden Entwurfsmethoden fiktionaler Identitäten reflektiert. - Geschichte fiktionaler Identitäten - Spielformen des Selbst - Game Character und Political Self - Digital Persona
Bibliographie / Literatur	Bey, H. (1985), The Temporary Autonomous Zone (T.A.Z.), Ontological Anarchy, Poetic Terrorism, Autonomedia Anti-copyright, New York. Blissett, L. , Brünzels, S. (1997), Handbuch der Kommunikationsguerilla, Verlag Rote Risse, Hamburg, Berlin. Castronova, E. (2005), Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games, Chicago University Press, Chicago, London. Jahrmann, M. (2000), ?Con-dividualities. Only a dead avatar is a good Avatar?. In Feuerstein, T, (ed.), (2000), Biophilista Congress, Triton Innsbruck.
Leistungsnachweis / Testatanforderung	80% Anwesenheit, Kurz-Referat, Übungen/Aufgaben
Termine	Das Seminar findet jeweils montags vom 24. September bis 10. Dezember 2018 statt.
Dauer	15:00 bis 16:30 Uhr
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden