Carsten Busch (Hrsg.)

Creative Media

Texte und Aufsätze

vwh
Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

Adobe PDF PrintEngine

Carsten Busch (Hrsg.): Creative Media – Texte und Aufsätze

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detailierte bibliografische Daten sind im Internet unter http://d-nb.de abrufbar.

Förderung
Das Forschungs- und Entwicklungsprojekt *Creative Media* wird vom Europäischen Fond für Regionalentwicklung unter dem Forschungskennzeichen EFRE 20072013 2/54 gefördert.

© Verlag Werner Hülsbusch, Glückstadt, 2015

vwh Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft
www.vwh-verlag.de

Einfache Nutzungsrechte liegen beim Verlag Werner Hülsbusch, Glückstadt.
Eine weitere Verwertung im Sinne des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit Zustimmung des Herausgebers möglich.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Satz und Umbruch: Alexander Kramer, HTW Berlin
Druck und Bindung: DENONA d.o.o., Zagreb

Printed in Croatia

ISBN: 978-3-86488-085-8

Adobe PDF PrintEngine

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 7

Ein Medium ist ein Medium ist ein...?

Prof. Dr.-Ing. Carsten Busch

Crazy Robots 11

Developing and Testing a Mobile Learning Games Framework

Prof. Dr.-Ing. Carsten Busch, Sabine Claßnitz, André Selmanagić & Martin Steinicke

Die iBOX 31

Ein Software Framework für Spielbasiertes Lernen mit digitalen bewegungsgesteuerten Anwendungen

Prof. Dr.-Ing. Carsten Busch, Florian Conrad, Robert Meyer & Martin Steinicke

Markenkulturen 39

International Online Brand Communication – eine Studie

Ralf Weber & Prof. Dr.-Ing. Carsten Busch

Kreativität braucht Glück 47

Ein Abschiedsbrief an die Arbeitszufriedenheit

Ricarda Rehwaldt

Prosuming - Schauplatz gesellschaftlicher Dialoge und Wertediskurse 57

Interaktive Videodiskurse oder wie sich eine Gesellschaft neu erzählt.

Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

SMA Solar Technology AG 75

Ein Erfolgsbeispiel für internationale Markenkommunikation auf Basis sozialer Medien

Henrik Schenk

APITs - Applied Interactive Technologies 85

Spielbasierte Anwendungen für Industrie, Tourismus und Gesundheitswirtschaft

Stefan Grill & Martin Steinicke

Crowdfunding 93

Innovative Finanzierung im Hochschulkontext

Martin Steinicke, Robert Meyer & Alexander Kramer

Charakter-Animation 99

Studie zur Körperwahrnehmung im kulturellen Kontext

Jennifer Jason

iCult 105

Spielerisches und interaktives Lernen im interkulturellen Training

Prof. Dr.-Ing. Carsten Busch, Thomas Rau & Julia Hinz

Die „Blowback"-Audio-Engine 113

Dreidimensionale Klangwelten für mobile Geräte

Florian Conrad, Robert Meyer & Julian Löhr

Adobe PDF PrintEngine