

Indice degli argomenti

Premessa.....	3
1. Mondi Virtuali, MMOG e Metaversi	5
1.1 MMOG e mondi virtuali nella medesima analisi.....	11
2. Storia ed evoluzione	14
2.1 gli esordi.....	14
2.2 La grafica.....	16
2.2.1 L'importanza di un sistema economico per un MMOG	17
2.2.2 L'incontro con l'economia Reale	19
2.3 Seconda Generazione.....	20
2.4 Oggi.....	22
2.4.1 I progetti di Sony Online Entertainment	22
2.4.2 Un cambio di prospettiva: World of Warcraft.....	24
2.4.3 Mondi Virtuali	28
2.4.3.1 Second life	30
2.4.3.2 Il modello di innovazione di SecondLife	35
3. Economia Virtuale ed Economia Reale.....	37
3.1 Che cos'è l'economia virtuale.....	37
3.2 Beni virtuali.....	38
3.2.1 La proprietà virtuale e la proprietà intellettuale	42
3.2.2 Beni virtuali e la soddisfazione dei bisogni.....	44
3.3 Gli scambi RMT	45
3.3.1 Stima del volume del mercato RMT	49
3.4 dall' Economia virtuale all'economia reale: i nuovi modelli di Business.....	54
4. Economie virtuali, modelli di <i>business In-Game</i> e scambi RMT	56
4.1 L'economia virtuale: il modello macroeconomico di Ultima Online	56
4.1.1 Il modello macroeconomico originario	57
4.1.2 Il modello macroeconomico rivisitato	62
4.2 Aste e Marketplace.....	68
4.2.1 Aste virtuali proprietarie in valuta virtuale	68
4.2.2 Aste <i>web</i> e <i>marketplace</i> proprietari in valuta reale	70
4.2.3 Aste <i>web</i> e <i>marketplace</i> di terze parti in valuta reale.....	75

4.2.3.1 Il <i>marketplace</i> di <i>Secondlife</i>	80
4.3. Il gold farming.....	84
5. L'economia reale ed i metaversi: modelli di <i>business Out-Game</i>	86
5.1 Definizione di modelli di business.....	86
5.2 Il Real estate	88
5.2.1 Caso Anshe Chung.....	90
5.2.2 Caso Gabetti.....	92
5.3 Comunicazione Aziendale e Advertising	95
5.3.1 Virtual worlds agencies: consulenze e sviluppo sui mondi virtuali	102
5.3.2 Virtual worlds agencies ed il Marketing Esperienziale	104
5.3.3 Altre forme di comunicazione e marketing.....	106
5.3.3.1 Immagine Aziendale e Brand	106
5.3.3.2 Consumer Feedback e test di prodotto: il caso <i>Starwood</i> ed il caso Generali.....	109
5.4 Banche e NetBankers	112
5.4.1 Banche Reali e Mondi virtuali	112
5.4.2 <i>NetBankers</i>	116
5.4.2.1 Il caso Ginko	116
5.4.1.2 Il caso Midas	120
5.5 MarketPlace, Oggetti Reali in vendita	121
5.5.1 Il caso Amazon	122
5.5.2. La soluzione proposta da Dell.....	124
6. Aspetti Conclusivi.....	126
6.1 Elementi che influenzano l'economia virtuale.....	126
6.2 L'evoluzione futura	131
Risorse.....	133
Bibliografia	133
Articoli e Papers	134
Sitografia	136