

Social Media: Channel-Strategie und Content-Marketing (ZH meets HK)

Ausarbeitung und Realisierung eines Social Media-Konzeptes für das Städtedefestival "Zurich meets Hong Kong" im Auftrag der Stadt Zürich

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Cast / Audiovisual Media > 3. Semester

Nummer und Typ	BDE-VCA-V-3161.17H.001 / Moduldurchführung
Modul	Social Media: Channel-Strategie und Content-Marketing (ZH meets HK)
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Leitung: Christian Holst, Nicholas Schärer, Marc Uricher, Nadia Holdener
ECTS	4 Credits
Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul "Social Media: Content-Strategie und Content Marketing" im Frühjahrssemester 2017
Lehrform	Projektarbeit mit Exkursion
Lernziele / Kompetenzen	Möglichkeiten und Grenzen von Social Media- und Content-Marketing kennen und reflektieren; Strategische, zielgerichtete Nutzung von digitalen Netzwerkmedien als Marketing-/PR-Tools; Social-Media-Management; Teamfähigkeit, Projektmanagementfähigkeiten und interkulturelle Kompetenz erweitern
Inhalte	Entwicklung, Ausarbeitung und Umsetzung des Social Media-Konzeptes für das Städtedefestival "Zurich meets Hong Kong", inkl. Contentproduktion und -management; Publizieren im Social Web; Texten für Social Media; Werben in Social Media-Kanälen; Community-Building bzw. Communitypflege; Monitoring; u.a.
Bibliographie / Literatur	Ebersbach et al: Social Web (2011); Löffler: Think Content! (2014); Schmidt: Social Media (Medienwissen kompakt) (2013)
Leistungsnachweis / Testatanforderung	Teilnahme an der Exkursion nach Hong Kong; arbeitsteilige Mitarbeit an den Projekten/Aufgaben
Termine	19.9. nachmittags, 12. - 13.10. ganztags (Achtung: am 12.10. nur bis 14:30 Uhr); 17. - 20.10. ganztags; 23. - 27.10. ganztags, Wochenenddienste am 21./22.10. und 28./29.10.
Bewertungsform	Noten von A - F
Bemerkung	Wochenenddienste am 21./22.10. und 28./29.10.