Web und Social Media: Digitales Publizieren für Künstler und Kreative

Wie Künstler und Kreative partizipative Netzwerkmedien, Blogs und Onlineplattformen gezielt zur Vernetzung und Profilierung nutzen können.

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Hochschulweites Lehrangebot > Z-Module

Nummer und Typ	ZMO-ZMO-K121.1.18F.001 / Moduldurchführung
Modul	Das digitale Selbst: Social Media für Künstler und Kreative
Veranstalter	Z-Module
Leitung	Marc Uricher, Head of Digital Campaigning, Unicef Christian Holst, Dozent und Researcher bei Cast/Audiovisuelle Medien
Zeit	Mo 12. Februar 2018 bis Fr 16. Februar 2018 / 9:15 - 16:45 Uhr
Ort	ZT 5.F01 Seminarraum (21P TL) Klavier
Anzahl Teilnehmende	8 - 20
ECTS	2 Credits
Voraussetzungen	Mindestens ein bestehendes Profil in einem Social Network (z.B. Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest, LinkedIn oder Twitter)
Lehrform	- Seminar/ Workshop mit Übungen - Diskussion des Medienwandels durch Social Media und mobile Kommunikation - Analyse von Beispielen im Bereich Kreativwirtschaft/ Kunst/ Medien (Case Studies) - Analyse der eigenen Person und eigener Projekte - Erarbeitung eines Auftritts und einer Content-Strategie für die einzelnen Teilnehmer und ihre Projekte - Gastvorträge - Auswertung und Feedback
Zielgruppen	Wahlpflicht für alle Bachelorstudierenden
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen bestehende Publikationsmöglichkeiten in sozialen Netzwerken, können diese beurteilen und einordnen und setzen sie gezielt für die eigene gestalterische oder künstlerische Arbeit ein.
Inhalte	Die Studierenden analysieren ihr berufliches und persönliches Netzwerk. Sie untersuchen die Netzwerke erfolgreicher Exponenten ihrer Disziplin. Sie kennen digitale Werkzeuge der Vernetzung und können deren Stärken und Schwächen in konkreten Anwendungskontexten beurteilen. Sie konzipieren anhand des Digital Engagement Framework einen wirkungsvollen Auftritt im Social Web. Im Workshop arbeiten sie an ihren eigenen Profilen bei Twitter, Facebook, LinkedIn, XING und ähnlichen Plattformen. Der aktuelle Medienwandel (Konvergenz, Crossmedia, Social Web) wird reflektiert. Die Dozenten sind Experten im Bereich Social Media und geben direktes Feedback zur besseren Social Media-Präsenz und zur digitalen Eigenvermarktung der Teilnehmenden und/oder ihrer Projekte.
Bibliographie / Literatur	Pein (2014), Social Media Manager Löffler (2014), Think Content! Ross (2013), Wie überlebe ich als Künstler? Eine Werkzeugkiste für alle, die sich selbst vermarkten wollen

	www.digitalengagementframework.com
Leistungsnachweis / Testatanforderung	- 80% Anwesenheit - Eigene Präsenz und aktives Agieren in mindestens einem Netzwerk eröffnen oder ausbauen (z.B. Twitter, Facebook, LinkedIn, XING, Pinterest) - Präsentation der eigenen Networking- und Selbstdarstellungsstrategien im Netz
Termine	FS 18 in KW 7 vom 12.2. - 16.2.2018
Dauer	1 Woche
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden