

HKB / "Social Media: Zur ICH-Marke finden –eine Einführung in Theorie und Praxis"

Campus Wahlmodul / Management / Kursangebot der Partnerschule (HKB)

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Theater > Master Theater > Bühnenbild > Wahlpflicht
Bisheriges Studienmodell > Theater > Master Theater > Dramaturgie > Wahlpflicht
Bisheriges Studienmodell > Theater > Master Theater > Regie > Wahlpflicht
Bisheriges Studienmodell > Theater > Master Theater > Schauspiel > Wahlpflicht
Bisheriges Studienmodell > Theater > Master Theater > Theaterpädagogik > Wahlpflicht
Bisheriges Studienmodell > Theater > Master Theater > Partnerschulen > HKB, Hochschule der Künste Bern

Nummer und Typ	MTH-MTH-WPM-01.19H.001 / Moduldurchführung
Modul	Master-Campus-Theater-CH 01 ECTS
Veranstalter	Departement Darstellende Künste und Film
Leitung	Verantwortlich: Wolfram Heberle Dozierende/r: Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler, Heiner Butz und Anina Gepp (Alumna des BA Multimedia production)
Ort	HKB, Bern
Anzahl Teilnehmende	2 - 6
ECTS	1 Credit
Zielgruppen	Alle - (BA und MA Studierende der HKB haben Vorrang)
Inhalte	Studierende unterschiedlicher Fachrichtungen sind heute – in einer zunehmend granularen Gesellschaft – damit konfrontiert, dass sie nicht mehr allgemein bekannte, weitgehend normierte Berufe erlernen und dann erwarten können, dass Arbeitgeber genau danach suchen. Vielmehr bauen sie sich im Verlauf eines Studiums ein individuelles Kompetenzprofil, mit dem sie sich später in die Arbeitswelt eingliedern müssen. Das bedeutet aber, dass sie auch lernen müssen, wie sie ihre je eigenen Kompetenzen ihren Anspruchsgruppen aufzeigen können, um die passenden Arbeitsstellen zu finden. Neben der Berufsbezeichnung wird deshalb der Aufbau und die Pflege einer ICH-Marke immer wichtiger für junge Leute. Der Kurs soll den Studierenden einerseits nahebringen, wie Marken gebaut und gepflegt werden. Von der Marke wird jedoch schnell eine Brücke zum ICH geschlagen und es wird aufgezeigt, dass die grundlegenden Mechanismen der Markenführung auch genutzt werden können, um das eigene ICH zu positionieren und in einer digitalen Welt zu kommunizieren. Viele junge Leute sind während ihres Studiums noch in einem Selbstfindungsprozess und wissen gar nicht so genau, wie sie sich positionieren möchten. Damit befasst sich parallel zur Theorie ein Teil der praktischen Übungen des Kurses. Die Studierenden werden Übungen machen, die Ihnen helfen können, die eigenen Vorstellungen und Wünsche zu klären. Ziel ist dabei, die Kursteilnehmenden auf den Geschmack zu bringen, den aufgezeigten Prozess nach dem Kurs selbstständig oder in Gruppen weiterzuführen, denn zwei Tage reichen nicht aus dafür. Im einem zweiten praktischen Teil entwickeln die Studierenden einen digitalen Prototypen für ihr Markenprofil im Netz. Sie lernen, wie sie mit sehr einfachen Tools auf ihrem Smartphone sich multimedial (Bild, Video, Text) in Szene setzen können.

	Ziel ist, dass die Studierenden ihr eigenes LinkedIn Profil bauen und erste multimediale Posts darauf publizieren.
Bibliographie / Literatur	- Ruedi A. Müller-Beyeler & Heiner Butz; Das Unternehmen, die Marke und ich – Unternehmen durch Marken führen; Haupt Verlag; 2016 - Bill Burnett & Dave Evans; Design Your Life; 2016
Termine	09.-10.09.2019
Dauer	9:00-17:00 Uhr
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden
Sprache	Deutsch
Bemerkung	Heiner Butz ist stellvertretender Studiengangsleiter und Dozent am Institut für Multimedia Production der Hochschulen für Wirtschaft in Chur und an der HKB. Er berät und coacht Führungskräfte in ihrer Kommunikation – als passionierter Texttrainer und auf dem Gebiet der Kommunikationsstrategie. Zuvor arbeitete er als freier Journalist für Tageszeitungen und als Reporter für CNN Headline News. Dann leitete er im ZDF Innova-tionsprojekte in Redaktion und Produktion und war sieben Jahre stellvertretender Leiter des Nachrichtenmagazins ZDF heute journal. Ruedi Müller-Beyeler hat als Instituts- und Studienleiter über einen Zeitraum von zehn Jahren den Joint-Degree-Bachelorstudiengang Multimedia Production der HTW Chur und der Berner Fachhochschule BFH auf gebaut und im Bereich redaktioneller Markenführung gelehrt und geforscht. Er war zuvor acht Jahre lang Schulratspräsident der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich (HGKZ) und hat in dieser Funktion die Fusion mit der Hochschule für Musik und Theater zur heutigen ZHdK co-präsiert. Als junger Master of Sci-ence ETH machte Ruedi Müller-Beyeler eine Führungskarriere in der Industrie – als Organisations- und IT-Manager. Dann wechselte er in die Marken- und Kommunikationsbranche und wurde Unternehmer. Er war Initiator und Gründungspartner der Agentur Nose Design, die er fünfzehn Jahre lang als CEO und VRP führte. Mit seinem aktuellen Unternehmen Tatin Communications Management fokussiert er auf „Redaktionelle Markenführung“. Ruedi Alexander Müller-Beyeler ist Co-Autor des Sachbuchs „Das Unternehmen, die Marke und ich – Unternehmen durch Marken führen“, das 2016 im Hauptverlag erschienen ist.