

Das digitale Selbst: Social Media für Künstler, Kreative, Forscher und Publizisten

Wie Musiker, Designer, darstellende Künstler, Kreative und Forscher Social Media gezielt zur Profilierung ihrer Persönlichkeit nutzen können.

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Hochschulweites Lehrangebot > Z-Module

Nummer und Typ	ZMO-ZMO-K121.1.20H.001 / Moduldurchführung
Modul	Das digitale Selbst: Social Media für Künstler und Kreative
Veranstalter	Z-Module
Leitung	Prof. Dr. Martin Zimper, DDE, Leiter > Fachrichtung Cast / Audiovisual Media Frédéric Martel DKV, Professor Creative Economies Nadia Holdener, lehrt in der Fachrichtung Cast / Audiovisual Media
Zeit	Mo 7. September 2020 bis Fr 11. September 2020 / 9:15 - 16:45 Uhr
Ort	ZT 5.H01 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	<ul style="list-style-type: none"> - Seminar/ Workshop mit Übungen - Diskussion des Medienwandels durch Social Media und mobile Kommunikation - Analyse von Beispielen im Bereich Kreativwirtschaft/ Kunst/ Medien/ Design (Case Studies) - Analyse der eigenen Online-Persönlichkeit - Erarbeitung einer Channel-Strategie für die einzelnen Teilnehmenden und ihre Projekte - Gastvorträge von Praktikern, die Social Media für ihre öffentliche Persona nutzen
Zielgruppen	Wahlpflicht für alle Bachelorstudierenden
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen bestehende Publikationsmöglichkeiten in sozialen Netzwerken, können diese beurteilen und einordnen. Sie setzen diese gezielt für die eigene gestalterisch-künstlerische oder publizistisch-forschende 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 einen wirkungsvollen Auftritt im Social Web. Im Workshop arbeiten sie an ihren eigenen Profilen bei Twitter, Facebook, LinkedIn, XING und ähnlichen Plattformen. Die Dozierenden sind Experten im Bereich Social Media und Channel-Strategie und geben direktes Feedback zum digitalen Selbst der Teilnehmenden.
Bibliographie / Literatur	Löffler (2014), Think Content! An Xiao Mina, Memes to Movement - how the worlds most viral media is changing protest and power (2019) Byung-Chul Han, Im Schwarm. Ansichten des Digitalen (2013)
Leistungsnachweis /	- 80% Anwesenheit

Testatanforderung	- Eigene Präsenz und aktives Agieren in mindestens einem Netzwerk eröffnen oder ausbauen (z.B. Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, XING, Pinterest) - Präsentation der eigenen Networking- und Selbstdarstellungsstrategien im Netz
Termine	HS 20 in KW 37 vom 7.9. - 11.9.2020
Dauer	1 Woche
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden