Das digitale Selbst: Social Media für Künstler und Kreative

Wie Musiker, Designer, darstellende und bildende 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-K121.1.21H.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 und Gäste
Zeit	Mo 13. September 2021 bis Fr 17. September 2021 / 9:15 - 16:45 Uhr
Ort	ZT 3.K13 Seminarraum (Pufferraum / *14P) ZT 5.H01 Seminarraum Klavier (*10P)
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 - Einführung in die Social Media Plattformen LinkedIn, YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, Twitter - Einführung: Videos produzieren mit dem Smartphone - Coaching/ Einzelgespräche zur Erarbeitung einer Channel-Strategie für die einzelnen Teilnehmenden und ihre Projekte bzw. ihr "digitales Selbst" - 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 und setzen sie gezielt für die eigene gestalterische oder künstlerische Arbeit ein. Sie arbeiten im Modul an ihrem eigenen Social Media-Auftritt und reflektieren ihr persönliches "digitales Selbst".
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, YouTube 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	Rosie Fraguela, Bildbearbeitung & Design für Social Media (2020) 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, YouTube, Pinterest, TikTok) - Schlusspräsentation der eigenen Networking- und Selbstdarstellungsstrategien im Netz
Termine	HS 21 in KW 37 vom 13.9. - 17.9.2021
Dauer	1 Woche
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden