

Das digitale Selbst: Social Media für Künstler und Kreative

Als Musiker, Designerin, darstellender und bildender Künstler Social Media gezielt und professionell nutzen

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Hochschulweites Lehrangebot > Z-Module

Nummer und Typ	ZMO-ZMO-K121.1.23F.001 / Moduldurchführung
Modul	Das digitale Selbst: Social Media für Künstler und Kreative
Veranstalter	Z-Module
Leitung	Prof. Dr. Martin Zipmer, DDE, Leiter > Fachrichtung Cast / Audiovisual Media Nadia Holdener, Jana Gross, Gäste
Zeit	Mo 13. Februar 2023 bis Fr 17. Februar 2023 / 9:15 - 16:45 Uhr
Ort	ZT 4.T33 Seminarraum TL (32P) Toni-Areal
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 - Direkte Begegnung mit einzelnen Künstlern oder Gestalterinnen, die ihr "digitales Ich" in Social Media erfolgreich definieren und managen - Einführungsvortrag in den professionellen Umgang mit Social Media Plattformen wie LinkedIn, YouTube, TikTok, Instagram, Facebook oder Twitter - Videos und Content niederschwellig mit dem Smartphone produzieren - Einzelgespräche zur Erarbeitung einer individuellen Strategie für die einzelnen Teilnehmenden und ihre beruflichen Projekte bzw. ihr "digitales Selbst"
Zielgruppen	Wahlpflicht für alle Bachelorstudierenden
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können Social Media Kanäle beurteilen und einordnen. Sie setzen sie gezielt für die eigene gestalterische oder künstlerische Arbeit ein. Sie erarbeiten ihren eigenen Social Media-Auftritt oder digitale Strategien für ihre Projekte und reflektieren ihr persönliches "digitales Selbst" unter professionellen Gesichtspunkten.
Inhalte	Die Studierenden analysieren die Social Media Strategien erfolgreicher Exponent:Innen ihrer Disziplin. Sie konzipieren einen wirkungsvollen Auftritt im Social Web, entweder für sich selbst oder für ein Projekt. Im Workshop arbeiten sie an ihren eigenen Social Media-Profilen und -Strategien. Die Dozierenden sind künstlerisch-gestalterisch tätig und erfolgreich im Bereich Social Media und Channel-Strategie.
Bibliographie / Literatur	<p>Rosie Fraguela, Bildbearbeitung & Design für Social Media (2020)</p> <p>Löffler (2014), Think Content!</p> <p>An Xiao Mina, Memes to Movement - how the worlds most viral media is changing protest and power (2019)</p> <p>Frank Rose, The Sea we swim in - How Stories Work in a Data-Driven World (2021)</p> <p>Byung-Chul Han, Im Schwarm. Ansichten des Digitalen (2013)</p>
Leistungsnachweis / Testatanforderung	<ul style="list-style-type: none"> - 80% Anwesenheit - Eigene Präsenz und aktives Agieren in mindestens einem Netzwerk eröffnen oder

inhaltlich ausbauen (z.B. Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Pinterest, TikTok)
- Schlusspräsentation der eigenen Networking- und Selbstdarstellungsstrategien im Netz und der Learnings aus der Woche

Termine	FS 23 in KW 7 vom 13.2. - 17.2.2023
Dauer	1 Woche
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden