Multimedia Masterclass

Mediengestaltung & -design · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	8 Monate in Vollzeit oder 16 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
Telefon: 030 22027283
E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de
Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Im digitalen Zeitalter sind Multimedia-Lösungen unverzichtbar. Du hast das Potenzial dieser Technologien nicht nur erkannt, sondern Dich auch entschieden, Dich in diesem Bereich zu spezialisieren. Denn das Potenzial haben auch viele Unternehmen erkannt. Um ihre digitalen Prozesse zu optimieren und multimediale Anwendungen zu implementieren, brauchen sie zukünftig Dich. Nach Deiner Weiterbildung Multimedia Masterclass, wirst Du zum Motor digitaler Veränderungen. Du machst Multimediakonzepte zu Erfolgsgeschichten und machst Dich unverzichtbar im digitalen Wandel.

Hier lernst Du, wie Du innovative multimediale Inhalte erstellst und verbreitest, und erhältst einen tiefen Einblick in die neuesten Trends und Technologien im Bereich der Medienproduktion. Im Zentrum Deiner Weiterbildung Multimedia Masterclass steht die fundierte Vermittlung von Kenntnissen in den Bereichen Augmented, Mixed und Virtual Reality, Storytelling, Content Marketing, audio-visuelle Medien, Medienpsychologie und mobile Medien. Du lernst, wie Du diese Technologien und Methoden effektiv einsetzt, um ansprechende und wirkungsvolle multimediale Inhalte zu erstellen. Darüber hinaus erhältst Du Einblicke in die Theorie und Praxis der Medienpsychologie und lernst, wie Du Deine Inhalte auf die Bedürfnisse und Vorlieben Deiner Zielgruppe abstimmen kannst. Nach Deiner Weiterbildung Multimedia Masterclass bist Du in der Lage, innovative multimediale Projekte zu konzipieren und umzusetzen und kannst Deine Fähigkeiten in einer Vielzahl von Medien- und Kommunikationsberufen einsetzen.

02 Lehrplan & Module

1. Content Marketing

Sowohl Konsumenten wie auch B2B-Entscheider werden mit einer Fülle an Informationen überflutet. Ergebnis ist die messbare Ermüdung gegenüber Pushwerbung – die Klickraten klassischer Banner liegen bereits unter 0,10%. Demgegenüber stehen zahlreiche Beispiele von Unternehmen mit erfolgreichen Content Marketing Strategien: Laut Forrester Insights konnten 57% der Unternehmen, die Content Marketing nutzen, einen signifikanten Anstieg des Umsatzes verzeichnen. Studien von Nielsen unterstreichen dabei die Bedeutung relevanter Inhalte: 85% der Konsumenten suchen vor dem Kauf gezielt nach beratenden Inhalten aus zuverlässigen Quellen.
Aus diesem Grund setzen immer mehr Unternehmen auf vertrauenswürdige Inhalte für den Konsumenten und nutzen Content Marketing gezielt zur Erhöhung des ROI gegenüber klassischen Kampagnen.
Der Erfolg von Content Marketing stellt sich jedoch nicht automatisch durch das planlose Bereitstellen zusätzlicher Inhalte ein. Ein höherer Return on Invest lässt sich nur durch eine zielgruppengerechte Content Strategie und eine planvolle Content-Produktion realisieren.
In diesem Kurs lernen die Studierenden allgemeine Behauptungen von erzählenswerten Inhalten zu unterscheiden. Im Fokus stehen dabei besonders die Strategieentwicklung, sowie Produktion und Erfolgsmessung von Inhalten mit Mehrwert.
Kursinhalte
Grundlagen des Content Marketing Definition und Einordnung
Digitaler Wandel und Entwicklung des Content Marketing
Content Marketing und Suchmaschinenoptimierung
Content-Marketing-Strategien Grundlagen zur Entwicklung einer Strategie
Analysen im Content Marketing
Crossmediale Kampagnen
Storytelling
Operatives Content Marketing Content-Marketing-Prozess und Organisation
Content-Audit
Content-Planung
Content-Produktion
Content-Distribution
Rechtliche Aspekte
Content Marketing und Suchmaschinen
Content Controlling Messgrößen (KPIs), Tracking und Ziele
Marketing-Automation
Tools für Content Marketing und Automation
Content-Produktion Einführung
Erfolgsfaktoren
Inhaltliche Aspekte
Suchmaschinenoptimierung
E-Commerce: Produkttexte
Social Media: Online-PR
Texter-Tools
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

2. Storytelling

Storytelling – oder Geschichtenerzählen – ist eine journalistische Erzähltechnik und ein professionelles Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Der Schwerpunkt des Kurses liegt auf der Vermittlung der theoretischen Grundlagen und der historischen Herleitung des Storytellings. Flankiert werden diese Inhalte auf wissenschaftlicher Ebene durch die Inhalte der Narrativitätstheorien und -forschung. Vor diesem Hintergrund sollen die Studierenden die inhaltlichen Schemata des „Geschichtenerzählens“ abstrahieren und analysieren, um sich schließlich selbst diese Methodik anzueignen und anwenden zu können.
Beispielhaft werden daher auch die Einsatzfelder des Storytellings in der Medienindustrie und weiteren Bereichen dargelegt. Somit sollen die Studierenden inspiriert, animiert und befähigt werden, selbst in der (späteren) Berufspraxis auf diese Muster und Strukturen bei der Content-Erstellung zurückgreifen zu können. Darüber hinaus sollen ihnen spannende Forschungsfelder aufgezeigt werden, die in der wissenschaftlichen Praxis aktuell Raum zu Forschungsaktivitäten bieten.
Anschließend wird den Studierenden elementares Wissen mit Blick auf Theorie und Praxis des auditiven, visuellen und audiovisuellen Storytellings vermittelt, so dass sie befähigt werden sollen, diese Elemente miteinander in Verbindung zu setzen, um hochwertigen und ansprechenden Mediencontent zu produzieren.
Kursinhalte
Einführung und Grundlagen Begriffsdefinition und Gegenstand
Historischer Ursprung in der griechischen Mythologie
Narrativitätsforschung und -theorien
Meilensteine des Storytellings Forschung und Werk Joseph Campbells
Adaption für die Praxis durch Christopher Vogler
Realisation durch George Lucas
Audiovisuelles Storytelling Einführungen und Definitionen
Visuelles Storytelling: Von der Höhlenmalerei zum Verkehrsschild
Audiovisuelle Umsetzung
Symbiose von auditivem, visuellem und inhaltlichem Storytelling Einsatzfelder und Methoden: Elemente der Bildgestaltung und der Akustik
Instrumente und Methoden – crossmediales Erzählen
Trends und Entwicklungen – im Fokus der Digitalisierung
Digital Storytelling Internationale Blockbuster und TV-Formate
Public Relations und Unternehmenskommunikation
Marketing und Werbung
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

3. Mobile Medien

Die sogenannten „Mobilen Medien“ gewinnen in unserer ohnehin schon mediatisierten Gesellschaft immer mehr an Bedeutung und tragen zur weiteren Mediatisierung bei. Vor diesem Hintergrund ist nicht nur eine Beschäftigung mit den theoretischen und praktischen Grundlagen der mobilen Medien notwendig, sondern auch eine soziologische Auseinandersetzung zwingend erforderlich. Somit werden sich die Studierenden in diesem facettenreichen und zukunftsorientierten Modul vielschichtig und interdisziplinär mit der genannten Thematik auseinandersetzen, wobei auch ethische Aspekte diskutiert werden.
Kursinhalte
Mobilität und Medien Einführung und Überblick
Zur jungen Geschichte der mobilen Medien
Aktuelle mobile Devices und Ausblick
Anwendungen und Plattformen Besondere Anforderungen an Content und Design
Transformation bestehender Inhalte
Trends und Entwicklungen
Mobile Journalism und Mobile Reporting Journalismus und Medienarbeit im „Mobile Age“
Das journalistische Handwerk 2.0
Mobile Storytelling
Strategische Einsatzfelder mobiler Medien Public Relations, Public Affairs, Public Diplomacy
Corporate Communications
Mobilität und mediatisierte Gesellschaft Demokratisierung von Medien durch mobilen Grassroot-Journalismus?
Zur Soziologie des „Mobile Life“
Exkurs: E-Learning mit mobilen Medien
Prognose und Fazit
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

4. Projekt: Format-Lab

Im Zentrum dieses Kurses steht ein eigenes Projekt, in dem die Studierenden die relevanten Methoden und Instrumente der Format-Entwicklung selbst ausprobieren und anwenden können. Anhand von Best-Practice-Beispielen wird praxisrelevanter Input bereitgestellt und gemeinsam mit den Studierenden analysiert. Eventuelle Fragestellungen und Probleme, die beim Wissenstransfer von der Theorie in die Praxis aufkommen können, werden hier direkt diskutiert und eliminiert. Darüber hinaus erstellen die Studierenden so eine weitere Arbeitsprobe für ihre Bewerbungsmappe, das sogenannte Portfolio.
Kursinhalte
Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in Bezug auf die Konzeption und die Realisation von neuen Medienformaten, insbesondere mit Blick auf zielgruppenadäquaten Einsatz. Sie lernen, selbständig Formate zu entwickeln, zu konzeptionieren sowie umzusetzen. Dabei werden sie für Problemstellungen sensibilisiert und lernen diese präventiv zu erkennen und selbstständig zu lösen.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Portfolio

5. Grundlagen audio-visuelle Medien

Ziel ist es, in diesem Kurs einen möglichst guten Überblick über sämtliche Bereiche und Möglichkeiten des Themas „audio-visuelle Medien“ zu vermitteln. Die zentralen Fragen sind also: Was sind eigentlich audio-visuelle Medien, was zeichnet sie aus? Wozu benutzen wir sie? Was benötigen wir als Handwerkszeug, um sie von der Aufzeichnung oder Erstellung bis zur Endfertigung zu produzieren? Audio-visuelle Medien sind zum Beispiel Fotografien, computergenerierte Bilder, Film und Video, Animationen bis hin zu Online-Erklärvideos. In diesem Kurs wird besonderes Augenmerk auf die Zusammenhänge und die aktuellen Einsatzmöglichkeiten audio-visueller Medien gelegt. Abschließend werden noch Aufwand und Kostenkalkulation beleuchtet.
Kursinhalte
Einführung in das Thema audio-visuelle Medien Begriffsdefinition und Anwendungsbeispiele audio-visueller Medien
Überblick über die gebräuchlichsten audio-visuellen Medien und ihre vielfältigen Ausprägungen
Der audio-visuelle Workflow – die Vorproduktion
Der audio-visuelle Workflow – die Produktion
Der audio-visuelle Workflow – die Postproduktion
Audio-visuelle Bild- und Tonkomposition Motivgestaltung
Atmosphäre und Stimmung
Audio-visuelle Medienformate und Technik Fotografische Aufnahmeformate
Fotografische Aufnahmetechnik
Fotogrammetrie
CGI – Computer Generated Imaging
Realdreh-Aufnahmeformate
Realdreh-Aufnahmetechnik
Animation 2D
Animation 3D
Das fotografische Bild – Werkzeuge der Postproduktion Farbmanagement (Color Management)
RAW-Entwicklung
Bildbearbeitung
Das Bewegtbild – Werkzeuge der Postproduktion Bild-/Ton-Schnitt
Bildbearbeitung und Compositing
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

6. Medienpsychologie

Dieser Kurs bietet einen Einstieg und Überblick über das Gebiet der Medienpsychologie. Nach einem Überblick über dieses Fachgebiet und dessen Entwicklung, wird zunächst der menschliche Wahrnehmungsapparat vorgestellt und die visuelle und auditive Wahrnehmung diskutiert. Anschließend wird vermittelt, wie das menschliche Gehirn aufgebaut ist und welche Theorien es zum Gedächtnis gibt. Danach wird vorgestellt, wie die individuelle Medienselektion und Medienrezeption funktioniert, bevor einige Modelle für die Medienwirkung diskutiert werden. Abschließend werden Theorien aus dem Gebiet Medien und Gesellschaft vorgestellt.
Kursinhalte
Grundlagen der Medienpsychologie Gebiete der Psychologie und Medienpsychologie
Geschichte der Medienpsychologie
Methoden der Medienpsychologie
Wahrnehmung und Aufmerksamkeit Kognitionspsychologische Grundlagen
Visuelle Wahrnehmung
Auditive Wahrnehmung
Aufmerksamkeit
Wissen und Gedächtnis Gedächtnisprozesse
Gedächtnissysteme
Wissensrepräsentation
Erinnern und Vergessen
Medienselektion und Medienrezeption Faktoren der Medienselektion
Kognitive Prozesse der Medienrezeption
Emotionen bei der Medienrezeption
Eintauchen in mediale Welten
Medienwirkung und Medienkompetenz Kognitive Medienwirkung
Soziale Aspekte der Medienwirkung
Persuasion und Werbung
Verhaltensbezogene Medienwirkung
Metamodell der Medienwirkung
Medienkompetenz
Computervermittelte Kommunikation und Mensch-Computer-Interaktion Computervermittelte Kommunikation
Psychologische Prozesse der CvK
Modelle der CvK
Mensch-Computer-Interaktion
Modelle der MCI
Gestaltung und Wirkung der CvK
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

7. Augmented, Mixed und Virtual Reality

Die Technologien Augmented, Mixed und Virtual Reality (AR, MR und VR) gewinnen in einer Vielzahl von Anwendungsgebieten zunehmend an Bedeutung. Hierbei kommen neuartige Hardwaregeräte und Interaktionsformen zum Einsatz. Neben den technischen Besonderheiten behandelt dieser Kurs Aspekte der menschlichen Wahrnehmung und Ansätze zur Entwicklung von AR-/VR-Anwendungen.
Die Definition und Abgrenzung der Begriffe Augmented, Mixed und Virtual Reality sowie die Demonstration von Anwendungsbeispielen geben den Studierenden zunächst ein Verständnis über das Gebiet.
Um Nutzern das Vorhandensein einer virtuellen Welt bzw. von virtuellen Objekten zu suggerieren, müssen Aspekte der menschlichen Wahrnehmung herangezogen werden. Basierend auf den Grundlagen der menschlichen Informationsverarbeitung werden die Phänomene, Probleme und Lösungen aufgezeigt, die in AR- und VR-Anwendungen berücksichtigt werden müssen.
AR- und VR-Systeme lassen sich auf verschiedene Weise realisieren. Dieser Kurs greift verschiedene Ausgabeformen, Trackingverfahren und Interaktionsmöglichkeiten auf. Zusätzlich werden weitere Techniken herausgestellt, die speziell im AR-Bereich von Bedeutung sind.
Die Softwareentwicklung im AR- und VR-Bereich erfordert ggf. die Anwendung von speziellen Prozessen. Dieser Kurs vermittelt ausgewählte Ansätze, die beim Design, Prototyping und Testen von AR- und VR-Anwendungen hilfreich sind.
Abschließend wird ein Ausblick auf zukünftige Anwendungen und das Forschungspotenzial von Augmented, Mixed und Virtual Reality gegeben.
Kursinhalte
Einführung zu Augmented, Mixed und Virtual Reality Definition und Abgrenzung der Begriffe
Einsatzbereiche und Anwendungsbeispiele von VR und AR
Wahrnehmungsaspekte Menschliche Informationsverarbeitung
Visuelle Wahrnehmung
Multisensorische Wahrnehmung
Phänomene, Probleme und Lösungen
Virtual Reality-Ausgabegeräte Halterungen für Smartphones
Einfache 3-Degrees-of-Freedom-VR-Brillen
6-Degrees-of-Freedom-VR
Multisensorik
Augmented Reality-Ausgabegeräte Tracking
Video See-Through vs. Optical See-Through vs. Projektion
Generelle Unterschiede zwischen Devices
Eingabegeräte Controller und andere Devices
Touchpads
Voice Commands
Finger Tracking
Eye Tracking
Neurofeedback
Interaktion in virtuellen und erweiterten Realitäten Grundlagen der Mensch-Computer-Interaktion
Selektion
Manipulation von Objekten
Navigation
Wahrnehmungsvariablen
Entwicklungsaspekte Iterative Entwicklungsansätze für VR/AR-Anwendungen
Design-Techniken
Prototyping
Evaluierung
Zukunft von Augmented, Mixed und Virtual Reality Ausblick auf zukünftige Anwendungen
Schwerpunkte für künftige Forschungsarbeiten
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

8. Projekt: Audio-visuelle Medien

Die Studierenden werden in diesem Kurs eine praktische Einführung in das Themenfeld der Produktion audio-visueller Medien erhalten. Neben der Vermittlung von zentralen Kenntnissen über die einzelnen Arten von audio- und audiovisuellen Medien und ihren Einsatzfeldern stehen die einzelnen Genres im Fokus der Betrachtung und Analyse. Schließlich sollen die Studierenden befähigt werden, selbst audio-visuelle Beiträge zu erstellen und im Rahmen eines Beispielprojekts alle Schritte bzw. Stufen von der Idee bis zum fertigen Produkt einzuüben.
Kursinhalte
Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in Bezug auf die Realisation von audio-visuellen Projekten, insbesondere mit Blick auf zielgruppenadäquaten und medienspezifischen Einsatz der verschiedenen Genres und Formate. Sie lernen selbständig Themen audio-visuell aufzubereiten und eigene Beiträge zu produzieren. Dabei werden sie für Problemstellungen sensibilisiert und lernen, diese präventiv zu erkennen und selbstständig zu lösen.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Portfolio

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Multimedia-Designer, Content Creator, Video Producer

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen