

M20 Digitales Storytelling					
Kennnummer M20	Workload 250 h	Credits 10	Studien- semester 3. oder 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Grundlagen, Funktionen und Instrumente des digitalen Storytellings b) Projekt	Kontaktzeit 4 SWS / 60h 2 SWS / 30h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße ca. 15-20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Bedeutung Story-getriebener Kommunikationsmaßnahmen zu verstehen (Fach- und Methodenkompetenz; Niveaustufe „verstehen“), ▪ Elemente des Storytellings in Kommunikationskampagnen zu identifizieren und Branded-Content-Kampagnen vergleichend zu analysieren (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“), ▪ Story-fokussierte Kommunikationsideen zu entwickeln und ein entsprechendes (Kampagnen-)Konzept zu entwerfen (z.B. in Form von Branded Content) (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erschaffen“), ▪ in einer Projektgruppe Problemstellungen des digitalen Storytellings und Story-fokussierter Kommunikationsplanung zu diskutieren, Lösungen zu erarbeiten und argumentativ zu vertreten (Sozialkompetenz). 				
3	Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begrifflichkeiten: Digitales Storytelling: Multimedia – Crossmedia – Transmedia ▪ Warum Geschichten erinnert werden – Erkenntnisse aus der Medienpsychologie und den Medienwissenschaften ▪ Elemente für erfolgreiche Geschichten und Grundlagen des Storytellings (3-Akt-Struktur, Modell der Heldenreise; Figuren-Konzeptionen, Ziele, Konflikte; Spannungsformen; Struktur- und Erzählformen von Serien) ▪ Digitales Storytelling & Branded Content (Case Studies) ▪ Transmediales Storytelling (Case Studies) ▪ Storytelling auf Instagram, YouTube, Snapchat & Co. unter Berücksichtigung kanalspezifischer Besonderheiten ▪ Das Core-Story-Canvas-Modell ▪ Konzeption Content-getriebener Kommunikationsmaßnahmen (z.B. Branded-Content-Webserie, Branded-Insta-Stories etc.) ▪ Softwaretools für das digitale Storytelling 				
	Lehr- und Lernformen: Seminaristischer Unterricht und Übungen mit folgenden Elementen: Fallstudienanalyse, Gruppenarbeiten. Projektarbeit, Selbststudium.				
5	Teilnahmevoraussetzungen (Kenntnisse und Fähigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung): Formal: keine				

	<p>Inhaltlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagenkenntnisse des Marketings (vermittelt im Modul M2 Marketing) ▪ Grundlagenkenntnisse des Projektmanagements und Präsentationstechnik (vermittelt im Modul M14 Projektmanagement und Präsentationstechnik)
6	<p>Prüfungsformen: Projektdokumentation; Umfang: 20–25 Seiten</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: bestandene Modulabschlussprüfung (Projektdokumentation)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls: keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10/180</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Claudia Gerhards (Modulverantwortliche)</p>
11	<p>Sonstige Informationen (z.B. Literatur): Am Anfang des Semesters wird ein Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alexander, Bryan: The New Digital Storytelling. Creating Narratives with New Media. Santa Barbara 2017 ▪ Gerhards, Claudia: Nonfiction-Formate für TV, Online und Transmedia. Entwickeln, präsentieren, verkaufen, Konstanz, München 2013 ▪ Koschmieder, Annette: Stoffentwicklung in der Medienbranche. Von der Idee zum Markt, Berlin 2011 ▪ Miller, Carolyn Handler: Digital Storytelling. A creator's guide to interactive entertainment, 3rd edition, New York, London 2014 ▪ Page [Zeitschrift]: Storytelling. Sonderheft, Hamburg 2014 ▪ Wieskamp, Pia Kleine: Storytelling: Digital – Multimedia – Social, München 2016 ▪ Wyngaarden, Egbert: Digitale Formatentwicklung, Köln 2018 ▪ Case-Studies-Unterlagen <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>