

CAS VISUELLE KOMMUNIKATION 2020

Ein Kooperationsangebot des MAZ und der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

CAS VISUELLE KOMMUNIKATION 2020

Sie möchten sicher sein, dass Sie in der Kommunikation eine visuelle Sprache wählen, die perfekt zu Ihrer Marke und Ihren Produkten und/oder Dienstleistungen passt. Sie verstehen es, stimmige Bildkonzepte für die unterschiedlichsten Kanäle zu entwickeln und umzusetzen. Sie nutzen die vielfältigen visuellen Darstellungsformen, um Ihre Botschaft im Kopf der Kunden zu verankern. Sie stellen sicher, dass Sie weder rechtliche noch ethische Grundsätze verletzen.

Dazu brauchen Sie ein vertieftes Wissen über die Erzählmöglichkeiten mit Bild, Video, Grafiken und Animationen. Dieser Lehrgang zeigt, wie man das Publikum online und offline mit visuellen Reizen anspricht und überzeugt.

Der CAS Visuelle Kommunikation ist ein Partnerangebot des MAZ und der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich und ein mögliches Wahlmodul des MAS Business Communications oder des DAS Customer Communications der HWZ. Zudem kann der CAS an die MAS-Programme des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern - Wirtschaft angerechnet werden.

Zielgruppe	Kommunikationsfachleute, Mitarbeitende von Kommunikations-, Text- und Bildagenturen, Webpublisher und Grafikdesigner.
Voraussetzungen	Abgeschlossenes Hochschulstudium und Berufspraxis. Teilnehmende mit mehrjähriger Berufspraxis können auf Antrag «sur dossier» zugelassen werden. Die Zulassung erfolgt aufgrund des Bewerbungsdossiers, inklusive eines Motivationsschreibens und eines Aufnahmegesprächs mit der Studienleitung.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none">_ Sie lernen, wie eine Marke visuell konsistent kommuniziert wird._ Sie können eigene (multimediale) Bildsprachen entwickeln und umsetzen._ Sie erwerben Kenntnisse im linearen und interaktiven Storytelling._ Sie wissen, wann wo visuelle Elemente anzuwenden sind, um Ihre Botschaft zu festigen._ Sie wissen, welchen Inhalt Sie inhouse professionell erstellen können und wann Sie besser mit einer Agentur zusammenarbeiten.
Dauer/Termine	17. März 2020 bis 10. September 2020 160 Lektionen Präsenzstudium (6 Module / je 2-5 Tage) 100 Lektionen Selbststudium 60 Lektionen Belegsarbeiten (4 Stück) 114 Lektionen Zertifikatsarbeit plus Feedback (8 Lektionen entsprechen einem Unterrichtstag) Kurszeiten: 09.15 bis 16.45 Uhr
Aufnahmeverfahren	Anmeldung online und Bewerbung mittels Dossier per E-Mail. Dieses umfasst: <ul style="list-style-type: none">- «sur dossier»-Kandidaten inkl. Motivationsschreiben- Lebenslauf- Kopie höchster Diplomabschluss- unterzeichneter Ausbildungsvertrag MAZ- Digitales Passfoto (JPG, 300 x 400 Pixel)

Anmeldefrist	17. Februar 2020
Informationsanlässe	18. September 2019
Abschluss	<p>Die Teilnehmenden erhalten ein Fachhochschul-/MAZ-Zertifikat mit 15 ECTS-Punkten gemäss ECTS (European Credit Transfer System), wenn sie 80 Prozent des Präsenzunterrichts besucht und die Belegarbeiten und die Zertifikatsarbeit erfolgreich abgeschlossen wurden. Studierenden, die für den MAS Business Communications der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich qualifiziert sind, können die Credits aus diesem CAS als Studienleistung (Vertiefungssemester) angerechnet werden. Er kann aber auch unabhängig davon absolviert werden.</p> <p>Der CAS Visuelle Kommunikation kann Studierenden mit einer Zulassung zu einem MAS-Programm der Hochschule Luzern-Wirtschaft als Vertiefungssemester angerechnet werden.</p>
Leitung	Beat Rüdt, Studienleiter MAZ, Journalist BR
Dozierende	<p>Benno Maggi, Geschäftsführer, Partner& Partner AG</p> <p>Christine Zimmermann, Kommunikationsdesignerin, Hahn+Zimmermann GmbH</p> <p>Katharina Deuber, Medientrainerin MAZ, Moderatorin und Filmemacherin (u.a. NZZ Format)</p> <p>Beat Rüdt, Studienleiter Visuelle Kommunikation am MAZ</p> <p>Patrick Baumann, Teilhaber, Cloudscape GmbH</p> <p>Reto Camenisch, Studienleiter Redaktionelle Fotografie MAZ</p> <p>Marc Schwenninger, Anwalt und juristischer Sekretär der Schweizerischen Lauterkeitskommission</p> <p>Mathias Eberl, Multimedia-Journalist</p> <p>Metin Senler, Campaign Manager bei LikeMag, Social Media Content Producer</p> <p>Marc Fehr, Interaktive Infografik, Newsdesk Tages-Anzeiger</p> <p>u. a.</p>
Anzahl Teilnehmer	<p>Max. 14</p> <p>In trainingsintensiven Modulen wird in Kleingruppen gearbeitet.</p>
Kosten	CHF 9'800.- plus Zertifikatsarbeit CHF 800.-
Kursort	MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern
Kurs-Nr.	K105482
Administration	Claudia Meier, claudia.meier@maz.ch , Telefon +41 (0)41 226 33 40
Kooperationspartner	<p>Hochschule für Wirtschaft Zürich, HWZ</p> <p>Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich ist die etablierte Schweizer Hochschule für die karrierebegleitende Aus- und Weiterbildung im Management. Sie ist die grösste berufs begleitende Hochschule der Schweiz und Mitglied der Zürcher Fachhochschule.</p>

THEMEN UND TERMINE

MODUL 1

17. März bis 18. März 2020 (DI-MI)

Überzeugende Bildsprache – So setzen Sie Ihr Unternehmen in Szene

Benno Maggi, Markenmanager, Kommunikationsberater & Creative Director

Von der Unternehmensstrategie zur Marke, von der Marke zur visuellen Gestaltung
Verschiedene Kanäle – ein Brand.

Wie Bilder Stimmungen repräsentieren und Botschaften vermitteln.

MODUL 2: Bildredaktion

31. März bis 01. April 2020 (DI-MI)

Fotografie und Bildgestaltung

Reto Camenisch, MAZ-Studienleiter Fotografie

Was ein gutes Bild ausmacht

Vom Einzelbild zur Bildserie

Fotografieren, Fotografenbriefing und Bildagenturen

21. April 2020 (DI)

Die Wirkung von Bildern im Kontext einer Publikation

Benno Maggi, Markenmanager, Kommunikationsberater & Creative Director

Elemente erkennen, die mit den visuellen Inhalten um Aufmerksamkeit buhlen.

Wichtige Bilder so wählen, dass sie viel Aufmerksamkeit generieren.

Entwickeln einer visuellen Grammatik.

MODUL 3: Von der Grafik zur animierten Infografik

14. Mai bis 15. Mai 2020 (DO-FR)

Komplexe Infografik – mehrdimensionale Daten anschaulich visualisieren

Christine Zimmermann, Kommunikationsdesignerin

Kennenlernen der 13 unterschiedlichen Darstellungsmodelle der Infografik und wissen für welche Art Daten sie sich eignen.

Wissen was eine gute Grafik ausmacht und die Does and Don'ts kennen beim Erstellen einer Infografik.
Erstellen eines Konzepts für eine eigenständige Visualisierung aus einem mehrdimensionalen Datensatz.

26. Mai 2020 (DI)

Animierte Infografiken –Interaktive Charts fürs Web

Marc Fehr, Interaktive Infografik, Newsdesk Tages-Anzeiger

Wie Leser mit Online-Grafiken interagieren.

So punkten Agenturen mit interaktiven Factsheets.

So arbeiten Programmierer, Grafiker und Agentur Hand in Hand.

MODUL 4: Bewegtbild und Social Media

08. Juni bis 10. Juni 2020 (MO-MI)

Video für Intranet und Extranet - Drehen, schneiden, vertonen, publizieren

Katharina Deuber, Medientrainerin, Moderatorin & Filmemacherin

Materialkunde: Welche Ausrüstung es für gute Aufnahmen braucht.

Diese Einstellungen und Aufnahmen müssen gedreht werden.

So kommt man von der ersten Idee zum publizierten Beitrag.

Wie man eine externe Agentur brieft, um zum gewünschten Video zu kommen.

25. Juni bis 26. Juni 2020 (DO-FR)

Mit Animationen komplexe Inhalte einfach erklären

Patrick Baumann, Motion-Designer

Mit einfachen Mitteln Animationen erstellen.

Diese Themen eignen sich besonders für Animationsfilme.

So formuliert man einen Auftrag für einen Animationsfilm.

Diese Schweizer Anbieter haben viel Erfahrung.

03. Juli bis 04. Juli 2020 (FR-SA)

Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien

Metin Senler, Campaign Manager LikeMag/Content Producer

Das sind die relevanten Sozialen Netzwerke

So bleiben die Nutzer an den Posts hängen

Tools für die Arbeit mit Sozialen Medien

MODUL 5: Recht und Ethik

11. August 2020 (DI)

Recht praktisch – Urheberrecht, Markenrecht, Persönlichkeitsrecht & Co.

Marc Schwenninger, Rechtsanwalt

Schutz von visuellen Gestaltungen durch das Urheberrecht

Schutz von visuellen Gestaltungen durch das Markenrecht und das Designrecht

Das Recht am eigenen Bild, Persönlichkeitsrecht

12. August 2020 (DI)

Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation

Marc Schwenninger, Rechtsanwalt

Respektvoller Umgang mit heiklen Fotografien und Videos.

Diese Konfliktpotenziale bergen kulturelle Unterschiede.

MODUL 6: Multimedia

25. August 2020 (DI)

Infografik, Bildstrecke und Animation - Visualisieren mit Tools aus dem Web

Beat Rüd, MAZ-Studienleiter CAS Visuelle Kommunikation

Die besten Tools für Grafiken und Animationen im Internet.

So findet man Tools für spezielle Bedürfnisse.

Die Grenzen zwischen Selbermachen und Einkaufen.

26. bis 28. August 2020 (MI-FR)

Multimediaproduktionen - Komplexe Produktionen mit Bild, Grafik, Video und Text

Matthias Eberl, Multimedia-Journalist

Den Leser entdecken lassen, anstatt ihn führen.

Wie Grafik, Video, Bild und Text zu einer Gesamtproduktion werden.

Das sind die besten Beispiele renommierter Agenturen.

ABSCHLUSS

10. September 2020 (Nachmittag) (DO)

Feedback zur Abschlussarbeit.

Übergabe der Zertifikate.

Apéro

Änderungen vorbehalten.

STIMMEN ZUM CAS VISUELLE KOMMUNIKATION

«inspirierend – hoch professionell – hands on»

Ursina Kellerhals, Hochschule Luzern – Wirtschaft

«Sehr breit gefächert, informativ und lehrreich. Speziell die Netzwerke, die man knüpfen kann, sind unbezahlbar.»

Natalie Fritz, Gut Werbung

«Im Kurs konnte ich einen super Überblick gewinnen, was in der visuellen Kommunikation alles möglich und machbar ist.»

Philipp Salzborn, AMC International

MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Das MAZ Das MAZ – 1984 gegründet – ist die führende Journalismusschule der deutschen Schweiz. Sie bietet Aus- und Weiterbildungen an für Medienschaffende. Die Abteilung Kommunikation trainiert Führungskräfte in Wirtschaft, Politik und Verwaltung sowie Kommunikationsverantwortliche in professioneller Medienarbeit. Hohe Qualität auf allen Ebenen ist der Anspruch. Träger des MAZ sind: der Verband Schweizer Presse, die SRG SSR, die Journalismusverbände, Stadt und Kanton Luzern; weiter wird das MAZ vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM unterstützt. Mehr zum MAZ unter www.maz.ch.

MAZ-Team Direktor: Diego Yanez; Geschäftsleitung: Beatrice Brenner, Sonja Döbeli Stirnemann; Studienleitung: Rafael Azzati, Reto Camenisch, Beat Glogger, Frank Hänecke, Bernd Merkel, Jeannette Nagy, Beat Rüdt, Reto Schlatter, Oliver Schroeder, Alexandra Stark, Barbara Stöckli, Dominique Strebel, Elmar zur Bonsen; Marketing: Nathalie Müller; Administration: Madeleine Grüter, Theres Huser, Magalie Jost, Lise Kerkhof, Noreen Koch, Claudia Meier, Jae-in Moon, Anne Schibli, Barbara Trauffer Technik: Stefan Wäfler.