

SEMINARBESCHREIBUNG

Zusammenarbeiten in crossmedialen Teams

KURZBESCHREIBUNG

Ein Thementag steht bevor, zum Beispiel das Stadtjubiläum oder das alljährliche Großfestival. Allen ist klar, die Berichterstattung soll crossmedial sein. Radio, TV und Online sollen an einem Strang ziehen. Aber wie organisiert man das am besten? Wie arbeitet man medienübergreifend zusammen; wie arbeiten die anderen, was brauchen sie? Was funktioniert und was lasse ich von vornherein besser sein, weil es an den Nutzern des jeweiligen Medienprodukts vorbeigeht? In diesem Seminar erhalten Sie einen Einblick in das Leben der anderen und üben praktisch, was crossmediales Arbeiten bedeutet.

IHR NUTZEN

Sie verstehen die jeweils anderen Medien besser und üben deren "Denke", Kommunikation und effiziente Organisation.

SCHWERPUNKT

Der Schwerpunkt liegt bei einem ausführlichen Praxisanteil, in dem Sie realitätsnahe, crossmediale Zusammenarbeit durchdenken und skizzieren.

ZIELGRUPPE

Mitarbeitende aus Programm, Produktion, Print und Design

THEMEN

Was heißt eigentlich: tri-, cross-, multimedial?

Übung: Aus einem Medium ins andere übertragen

Medien, Zielgruppen, Produkte – was für wen wo?

Irrweg Crossmedia? Wie Medienorganisationen sich neu aufstellen

Wie verändert sich Arbeit im (crossmedialen) Team?

Crossmediales Projektmanagement – so geht's

Crossmediale Projekte und Social Media

LEHRMETHODEN

Vortrag, Best Practice, Demonstration, Einzel- und Gruppenübungen

TERMINE

Aktuell sind keine Termine verfügbar.

DAUER

2 Tage

TEILNEHMERZAHL

10

INHALTLICH VERANTWORTLICH

Simone Stoffers
E-Mail s.stoffers@ard-zdf-medienakademie.de
Telefon 0511 123598-537
Telefax 0511 801131

KONTAKT

Claudia Lindert
E-Mail c.lindert@ard-zdf-medienakademie.de
Telefon +49 911 9619-262
Telefax +49 911 9619-199

SEMINARNUMMER

55 411