

Geprüfter Medienproduktionsf:mp.®

Modul Expertenkurs ONLINE / MOBILE / DIGITAL



Lehrplan und Dozenten

Im Teil 1 sollen die Lehrgangsteilnehmer/-innen einen Einblick über die Arten und Formen des digitalen Publizierens bekommen, die sich neben der klassischen Website am Markt etabliert haben.

Darüber hinaus wird ein Blick in die Zukunft beschreiben, wie sich Facebook, YouTube und Twitter weiter entwickeln, und welche Rolle andere Player wie z. B. Google+ einnehmen.

Neben den standardisierten Techniken werden auch andere Formen erläutert. Es werden Gründe dargestellt, weshalb diese sich am Markt nicht oder noch nicht durchgesetzt haben.

Im Lehrgang wird deutlich, welche Methoden für welche Zwecke sinnvoll sind. Er geht darauf ein, wie man möglichst medienpezifisch und hardwaretypgerecht online publiziert.

Es werden Social Media, die Nutzung von HTML 5 und Responsive Design erläutert. Zudem werden neue Entwicklungen dargestellt, und was dadurch berücksichtigt werden muss.

Es wird aufgezeigt, wie sich Konzepte und Strategien anpassen und verändern müssen.

Der Lehrgang vermittelt aber *nicht* das technische Know-how im Sinne eines Programmier- oder Softwaretool-Kurses.

Die Teilnehmenden erhalten neben den technischen Aspekten auch einen kaufmännischen Einblick darüber, welche Kosten berücksichtigt werden müssen und mit welchen Aufwänden zu rechnen ist.

Die Teilnehmenden haben nach dem Lehrgang einen Überblick, welche Arten des digitalen Publizierens sich am Markt etabliert und standardisiert haben

und welche Nebenschauplätze es gibt. Sie können für sich und ihr Unternehmen entscheiden, über welche Plattform und mit welcher Methode sie digital publizieren möchten. Sie haben eine Vorstellung davon, mit welchen Kosten zu rechnen ist.

Die Teilnehmenden gewinnen darüber hinaus einen Überblick, wie interdisziplinär sie ein Team zusammenstellen müssen, um auf unterschiedliche Weise digital zu publizieren. Sie können eine individuelle Strategie für erfolgreiche digitale Publikationskanäle entwickeln.

Im Teil 2 werden die Grundbegriffe des Publishing für Online und Mobile Media vermittelt, die Unterschiede der unterschiedlichen Social-Media-Kanäle aufgezeigt, das «Digitale Plakat» vorgestellt und die Grundlage für die Planung und Umsetzung entsprechender Publikationen gelegt.

Publizieren in modernen Zeiten – ein Überblick

1. und 2. Tag

Wer früher etwas publizieren wollte, der hat etwas gedruckt. Noch heute steht im Duden bei der entsprechenden Begriffsdefinition an erster Stelle «im Druck erscheinen lassen». Doch in der heutigen online- und mobile-affinen Gesellschaft gibt es zahlreiche zusätzliche Möglichkeiten – Medien, Kanäle und Anwendungen – etwas zu publizieren. Den Teilnehmern wird nicht nur ein aktueller Überblick vermittelt, sondern auch die Besonderheiten von Websites, Facebook, Twitter, Blogs, E-Books, E-Magazines und Co. vorgestellt.

- Medienlandkarte
- Klassifikation der Botschaft und die Wahl des richtigen «Kanals»
- Statistiken

Endgeräte

Während im Druck der Inhalt immer zusammen mit dem Papier als Präsentationsplattform ausgeliefert wird, sind beim elektronischen Publizieren Information und das Gerät, auf dem die Information dargestellt wird, voneinander getrennt. Die Präsentationsplattform liegt damit nicht mehr im Einflussbereich des «Publizisten». Es ist deshalb notwendig, die wichtigsten Geräte und deren Eigenschaften, Verbreitung und Nutzung zu kennen und abgrenzen zu können.

- Smartphones
- Tablets
- Bildschirme
- E-Reader

PDF

PDF ist das Standardformat der Druckindustrie. Als Portable Document Format wird es aber auch in den elektronischen Medien eingesetzt oder dient als Basis für weitere Publikationsformate. Die damit verbundenen Möglichkeiten, Anforderungen und Einschränkungen werden aufgezeigt und diskutiert.

- PDF
- Flippingkataloge
- interaktive Overlay-Formate

EPUB

EPUB ist ein vom International Digital Publishing Forum definierter, offener Standard für digitale Publikationen und Dokumente. Die Teilnehmer werden in die Grundlagen dieses Formats eingeführt.

- Struktur
- Versionen / Derivate
- Werkzeuge
- Vor- und Nachteile
- klassischen Anwendungsgebiete

Proprietäre Formate / Frameworks

In den letzten Jahren haben sich beginnend mit InDesign und QuarkXPress Anwendungen und Anwendungspakete entwickelt, welche die gesamte Infrastruktur, die zum digitalen Publizieren notwendig ist, zur Verfügung stellen. Die Teilnehmer erfahren, welche Frameworks / Werkzeuge es gibt, und werfen anhand aktueller Frameworks einen praxisorientierten Blick in die Erstellung.

- Anbieter
- grundsätzlicher Ablauf
- grundsätzlicher Funktions- und Leistungsumfang
- typische Beispiele
- Kosten

Layout und Typografie

Es gibt einige «Layout-Regeln», die für das elektronische Publizieren im EPUB-Format und mit proprietären Formaten / Frameworks wirklich sinnvoll sind. Die Teilnehmer erfahren wichtige Vorgaben und diskutieren verschiedene Lösungsmöglichkeiten auch in puncto Nutzerführung.

Qualifikationsprofile

Um Projekte umzusetzen, bedarf es bestimmter Fähigkeiten, einem zumindest grundlegenden Wissens in allen relevanten Aspekten der digitalen Publikation und eines praxisorientierten Know-hows. Die Teilnehmer erfahren, welche Qualifikationen tatsächlich erforderlich sind, um ein Projekt zum Erfolg führen zu können.

Projekt-Setup

Wenn für einen Kunden mit einem der vorgestellten Werkzeuge ein E-Magazin erstellt werden soll, müssen im Rahmen eines Projekts bestimmte Fragestellungen geklärt und eine entsprechende Umsetzung konzipiert werden. Auf Basis des bisher Gelernten erarbeiten die Teilnehmer anhand einer fiktiven Aufgabenstellung in Gruppen die Fragestellungen und ein Konzept.

Zusammenfassung und Abgrenzung Tag 1 und 2

Gemeinsam wird an Tag 2 das Gelernte in einer Matrix zusammengefasst und gegenseitig abgegrenzt.

Zusammenfassung / Rückblick Tag 1 und 2

Damit die Teilnehmer nach der Pause wieder am gemeinsamen Wissensstand anknüpfen können, werden verschiedene Punkte noch einmal zusammengefasst und ergänzt.

Die in den ersten beiden Tagen nicht weiter spezifizierten Bereiche werden für die folgende Vertiefung vorbereitet.

- Publizieren – ein Überblick in modernen Zeiten
- Endgeräte

3. und 4. Tag

Kaufmännische Grundlagen «Digimedia»

Um ein «Digimedia»-Projekt wirklich zum Erfolg zu führen, darf die kaufmännische Seite nicht ausser Acht gelassen werden. Die Teilnehmer erfahren, wie eine Projektplanung und zuverlässige Kalkulation aufgesetzt werden kann.

- Aufbau einer Projektorganisation
- Aufbau einer Projektkalkulation
- kaufmännische Auswirkungen je nach Projektorganisation
- Kostentreiber
- Fazit

Technische Grundlagen «Online- und Mobile Media»

Für unterschiedliche Projekte empfehlen sich unterschiedliche Typen von Apps. Man spricht von nativen Apps, wenn diese für ein Betriebssystem wie etwa iOS programmiert werden. Mit HTML 5 lassen sich Web Apps erstellen, die das Endgerät erkennen und den Inhalt dafür optimieren. Die Teilnehmer lernen die Vor- und Nachteile beider Herangehensweise kennen.

- technische Unterscheidung sowie Vor- und Nachteile beim Publizieren.
- Berücksichtigung beider Typen bei einer breit gestreuten Zielgruppe
- kostenoptimierte Zusammenlegung beider Typen
- Wie verändern sich die Standards? Wohin bewegt sich der Markt und die Anforderungen der Endanwender und die der Produzenten?
- Bedeutung der App in der Zukunft. Native-App vs. Web-App

Digitales Publizieren im Bewegtbild – das «digitale Plakat»

Neben den klassischen Video-Formaten können animierte Informationen digital auch mittels HTML 5 ausgespielt werden. Das eröffnet dem digitalen Publizieren die Chance, bewegte Bilder zum POS oder POI zu tragen.

- POS und POI – wie können solche Informationsplattformen zukünftig genutzt werden?
- «Digitale Plakate» – Was ist zu beachten, wie kann ich diese erstellen?
- Web-to-Media für Papier, Web und digitale Plakate

Vertiefung technischer Grundlagen

- (Web-)Apps, Standards durch Responsive Design, Ausgabe auf Tablets oder Smartphones, Abgrenzung zu E-Books, E-Paper und E-Magazinen
- Blick in die Details mit einem technischen Ausflug in die einzelnen Publikationsarten und Hardwaretypen – klare Abgrenzung zum E-Publishing im Sinne der E-Books und Co.
- Animation, Multimedia, Interaktion, Video, 3D und Second Screen

Social Media / Social Publishing

Social Media hat das Ziel, Menschen miteinander zu verbinden. Damit sind Facebook, Twitter und Co. für die Publikation prädestiniert. Doch wird die Zahl der Social Media-Plattformen immer grösser und deren Unterschiede immer spezieller.

- Überblick über alle wichtigen Social Media-Plattformen
- Bedeutung von Facebook, Twitter, Vimeo oder Tumblr

SEO – Search Engine Optimization

Webseiten werden in den Ergebnissen von Google und Co. auf höheren Plätzen gelistet und dementsprechend häufiger besucht, wenn diese so gestaltet werden, dass sie von den Suchmaschinen besser analysiert werden können.

- Der Prozess von SEO
- Google-Algorithmen: Panda, Kolibri und was dahinter steht
- Worauf man bei der Suchmaschinenoptimierung achten muss

Zusammenfassung und Überblick Tag 3 und 4

Interdisziplinäre Teams in der modernen Medienproduktion

Da die moderne Medienproduktion aus einer Vielzahl an unterschiedlichen Disziplinen besteht, bietet sich in der Arbeit im Team die Spezialisierung in unterschiedliche Teilbereiche an. Ein interdisziplinäres Team arbeitet effektiver zusammen.

- Zusammensetzung eines interdisziplinären Teams
- Welche Kompetenzen werden für welche Projekte benötigt?

Abschlussprüfung in Form eines Assessment-Centers

Die Abschlussprüfung findet in Form einer Assessment-Center-Prüfung statt. Diese Praxisprüfung fragt das vermittelte Wissen in direkter Anwendung ab. Hierzu werden die Teilnehmer vor verschiedene Probleme gestellt, die zu lösen sind.

Dozenten

Die Fortbildung wird von mehreren Referenten begleitet. Jeder von ihnen ist erfahrener Praktiker in seinem Fachgebiet. Geleitet und koordiniert wird die Weiterbildung von Guido Plump.

Christof Förtsch

Christoph Förtsch (Jahrgang 1966) ist geschäftsführender Gesellschafter in der Willmy MediaGroup. In der Unternehmensgruppe verantwortet er bei der IRS Integrated Realization Services GmbH seit über 10 Jahren das Geschäftsfeld PrePress-Management, das sich in den letzten Jahren zum «Pre-Media Management» gewandelt hat.

Vor der Übernahme der geschäftsführenden Tätigkeit bei Willmy MediaGroup war er als Senior Consultant bei einer grossen deutschen Softwarefirma für die Beratung und Einführung niederlassungsübergreifender Softwarelösungen zuständig. Prozessoptimierung und deren strategische Ausrichtung stehen heute noch im Fokus seiner auf Medien spezialisierten Consultants.



Yong-Harry Steiert

Harry Steiert stieg bereits 1996 parallel zum Studium der Rechtswissenschaften als Web-Entwickler in die Online-Welt und damalige NewEconomy ein. Nach Stationen in München und Stuttgart bei StartUps und auch Global Playern wie Siemens und IBM gründete er 2000 sein eigenes Softwareunternehmen und leitet dieses seitdem als Geschäftsführender Gesellschafter mit Büros in Nürnberg und Berlin.

In der Funktion als Geschäftsführer betreut Harry Steiert mit seinem Team internationale Kunden hinsichtlich der Gestaltung, Umsetzung und Konzeptionierung ihrer Medienkommunikation.

Mit seiner langjährigen Erfahrung kann Harry Steiert anhand praxisnaher Beispiele und Strategien aus eigenen Projekten umfassend und differenziert die unterschiedlichen Systeme und Möglichkeiten beleuchten.

Aufgrund seines ursprünglich technischen Backgrounds als Web-Entwickler werden die Lösungen sowohl aus Anwendersicht als auch unter Berücksichtigung der technischen Möglichkeiten beurteilt und vermittelt.



Medienproduktoren können ihr fundiertes und breites Fachwissen einbringen. Das macht sie gefragt.

Veranstalter

Die Organisation und Koordination läuft über publishingNETWORK, Fachverband für digitale Medienproduktion


publishingNETWORK
Kontakt: René Theiler
Schosshaldenstrasse 20
3006 Bern
Tel. 031 351 15 11
info@publishingnetwork.ch
publishingnetwork.ch
 facebook.com/publishingnetwork

publishingNETWORK
Fachverband für digitale Medienproduktion



In Zusammenarbeit mit



Fachverband Medienproduktion e. V.
Waldbornstrasse 50
56856 Zell/Mosel
Tel. +49 6542 5452
Fax +49 6542 5422
info@f-mp.de
f-mp.de
 f-mp.de/facebook



Daten, Orte, Kosten

Detaillierte Informationen zu Lehrplan, Stoff, Lernorten, Kosten sowie das Anmeldeformular für den Weiterbildungslehrgang zum Geprüften Medienproduktionsfachmann/frau (f:mp.®), Expertenkurs ONLINE / MOBILE / DIGITAL finden Sie auf der Website

publishingnetwork.ch

