

Kursnummer: DLBPRST01	Kursname: Storytelling	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Course Duration: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>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.</p> <p>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. Zum einen bieten sich hier interessante Themenbereiche für das Verfassen wissenschaftlicher Seminar- und Abschlussarbeiten, Felder für aufbauende Studien wie Master und Doktorat und gefragte Arbeitsbereiche in der Berufspraxis. Hier sind insbesondere vielfältige Bereiche im audiovisuellen und crossmedialen Segment hervorzuheben.</p> <p>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.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • wichtige Eckpunkte und Meilensteine in der Geschichte des Storytellings zu benennen. • Ansätze von Narrativitätstheorien und -forschung nachzuvollziehen und zu erklären. • Erzählmuster zu erkennen, zu verstehen und zu analysieren. • Ziele, Instrumente und Methoden des inhaltlichen Storytellings zu benennen und zu analysieren. • Ziele, Instrumente und Methoden des (audio-)visuellen Storytellings zu benennen und zu analysieren. • selbständig medialen Content mithilfe dieser Strategien, Instrumente und Methoden aufzubereiten und zu produzieren. <p>Inhalte des Kurses:</p>		

1. Einführung und Grundlagen

- 1.1. Begriffsdefinition & Gegenstand des Storytellings
- 1.2 Historischer Ursprung in der griechischen Mythologie
- 1.3 Narrativitätsforschung und -theorien

2. Meilensteine des Storytellings

- 2.1 Forschung und Werk Joseph Campbells
- 2.2 Adaption für die Praxis durch Christopher Vogler
- 2.3 Realisation durch George Lucas

3. Storytelling heute

- 3.1 Internationale Blockbuster
- 3.2 Nationale und internationale TV-Formate
- 3.3 Unternehmenskommunikation, Werbung, PR und Marketing
- 3.4 Digital Storytelling
- 3.5 Weitere Einsatzbereiche am Beispiel des Destinationsmarketings in der Tourismusindustrie

4. Historie des audiovisuellen Storytellings

- 4.1 Geschichte des visuellen Storytellings: Von der Höhlenmalerei zum Verkehrsschild
- 4.2 Audiovisuelle Umsetzung
- 4.3 Definitionen, Einsatzfelder und Methoden: Elemente der Bildgestaltung und der Akustik

5. Symbiose von auditivem, visuellen und inhaltlichem Storytelling

- 5.1 Instrumente und Methoden – crossmediales Erzählen
- 5.2 Trends und Entwicklungen – im Fokus der Digitalisierung
- 5.3 Fazit und Ausblick

Literatur:

- Lampert, M./Wespe, R. (2017): Storytelling für Journalisten. Wie baue ich eine gute Geschichte? (Praktischer Journalismus). 4. Auflage, Herbert von Halem, Köln.
- Sammer, P./Heppel, U. (2015): Visual Storytelling. Visuelles Erzählen in PR und Marketing. O'Reilly, Heidelberg.
- Sammer, P. (2017): Storytelling. Strategien und Best Practices für PR und Marketing. 2. Auflage, O'Reilly, Heidelberg.
- Vogler, C. (2007): The Writer's Journey. Mythic Structure for Writers. 3. Auflage, Michael Wiese Productions, Studio City.
- Ruf, O. (2018): Storytelling für Designer (Bibliothek für Designer). Avedition, Stuttgart.
- Campbell, J. (2008): The Hero with a Thousand Faces (The Collected Works of Joseph Campbell, Band 17). 3. Auflage, New World Library, San Francisco.

Prüfungszugangsvoraussetzung:

- Kursabhängig: Begleitende Online-Lernkontrolle (max. 15 Minuten je Lektion, bestanden / nicht bestanden)
- Kursevaluation

Prüfungsleistung:

Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 30