



CAS Marketing Writer – UX Writing

Texten, Redigieren und Gestalten
für Digital Business und Print



Einführung

Liebe Leserinnen und Leser

Der UX Writer ist der Marketing Writer – der «Copy Writer» – der Zukunft: Das UX (User Experience) Writing gehört zu den neuen Berufen der digitalen Welt. Im «CAS Marketing Writer – UX Writing» steht das kreative Schreiben, Redigieren und Gestalten für das Marketing im Zentrum. Sie lernen das Texten von Headline und Anzeigen ebenso wie für Social-Media-Kanäle. Dank des UX Writing verfassen Sie Ihre Texte für Ihre Kunden total individualisiert und besonders wirksam. Nach Abschluss des CAS Marketing Writer – UX Writing können Sie Ihre Ausbildung mit einem Hochschuldiplom bereichern: durch ein zusätzliches CAS sowie die drei monatige DAS-Thesis. Die Krönung ist nach einem weiteren Studienjahr der MAS-Masterabschluss in Corporate Writing & Publishing.

Wir freuen uns auf den gemeinsamen Weg in Ihre Zukunft.

Dr. Ivo Hajnal

Universitätsprofessor
Gründer Text Akademie
und Präsident des
Stiftungsrats

Franco Item

Publizist, Initiator und
Gründer Text Akademie
sowie Mitglied des
Stiftungsrats

Inhaltsverzeichnis

- 3 Teilnehmerinnen und Teilnehmer
- 4 Inhalt und Abschlussprüfungen
- 5 Dozentinnen und Dozenten
- 6 Zulassung, Anmeldung und Kosten
- 7 Studienorte und Wissensstadt Davos
- 8 Unsere Hochschulstudiengänge
- 9 Kompetenzen im Vergleich
- 10 Gütesiegel und Swiss Text Awards
- 11 Bildungsinstitutionen, Forschung, Partnerschaften

Anhang

- 12 Lehrgangskonfigurator: Setzen Sie Ihr Studium nach Ihren Wünschen zusammen
- 14 Pad statt Papier: Alles über unser papierloses Studium
- 15 «Social Distance Learning»: effizient und bequem von zu Hause aus studieren – trotzdem sind Sie nie allein
- 16 Ergänzende Kompaktseminare für Ihre digitale Zukunft
- 18 Dipl. Digital Influencer: ein neuer Zukunftsberuf mit grossem Potential



Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Dieser Lehrgang richtet sich grundsätzlich an alle, die den Wunsch haben, gute und originelle Texte zu verfassen. An kreative Menschen, die eine solide Grundlage erlangen wollen, um im faszinierenden Berufsfeld von Marketing und Werbung zu bestehen. An Schreiber, die sich für eine Tätigkeit im Feld der elektronischen und audiovisuellen Medien rüsten möchten.

Angesprochen sind:

- › Studenten, Abgänger von Kunstschulen und Hochschulen
- › Quereinsteiger aus dem Marketing, der Werbung, aus PR und Journalismus
- › (diplomierte) Corporate Writers (PR-Redaktoren), die als Generalisten sowohl journalistische Lang- als auch verkaufsfördernde Kurztexte verfassen müssen
- › Corporate Publishers

Kompetenzen und Karrieremöglichkeiten

Texter zeichnen sich grundsätzlich durch folgende Kompetenzen aus:

- › Texten für Marketing und Werbung als Denkhaltung verstehen
- › Kreativität als nachhaltigen Prozess begreifen
- › elektronische und audiovisuelle Medien als Chance sehen

Die Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs haben auf dem Arbeitsmarkt gute Chancen. Texter, die komplexe Zusammenhänge schlagkräftig auf den Punkt bringen und in allen Medien eine grosse Text-Bild-Kompetenz besitzen, sind in Marketing und Werbung gefragte Spezialisten.

Teile / Module	Aufwand für Präsenzunterricht und Kontaktunterricht (70%)			Selbststudium (30%)	Gesamter Aufwand (100%)
	Präsenzunterricht Direktunterricht reales Schulzimmer	Präsenzunterricht E-Class-Test wahlweise virtuelles Schulzimmer oder reales Schulzimmer	Kontaktunterricht Begleitete Studienarbeit		
Teil 1 Sprache in Marketing und Werbung	5 Tage 50 Lektionen	2 Tage (4 Halbtage): 20 Lektionen	4 Tage 40 Lektionen	2,5 Tage 25 Lektionen	13,5 Tage 135 Lektionen
Teil 2 Schreiben fürs Web: SEO, Webtexte, Hörtexte Teil 2.1 User Experience Writer (UX)	5 Tage 50 Lektionen	1,5 Tage (3 Halbtage): 15 Lektionen	6 Tage 60 Lektionen	4 Tage 40 Lektionen	16,5 Tage 165 Lektionen
Teil 3 Leistungsnachweis CAS- Abschlussprüfungen	2 Tage 20 Lektionen			4 Tage 40 Lektionen	6 Tage 60 Lektionen
Zwischentotal Präsenzunterricht	12 Tage 120 Lektionen	3,5 Tage 35 Lektionen			
Total Aufwand	15,5 Tage 155 Lektionen		10 Tage 100 Lektionen	10,5 Tage 105 Lektionen	36 Tage 360 Lektionen

Inhalt und Abschlussprüfungen

Der Studiengang CAS Marketing Writer – UX Writing umfasst drei Teile und die CAS-Prüfungen.

Teil 1: Sprache in Marketing und Werbung

Dieser Teil befasst sich mit den Grundlagen der Werbe- und Marketingsprache. Er behandelt das Verhältnis von Sprache und Emotion ebenso wie die Stilmittel und Darstellungsformen von Werbung und Marketing. Nach diesem Teil sind die Teilnehmer in der Lage, einen klassischen Werbe- oder Marketingtext zu verfassen beziehungsweise eine Kampagne sprachlich zu beurteilen.

Teil 2: Schreiben fürs Web: SEO, Webtexte, Hörtexte

Dieser Teil führt in das strategische Schreiben für Web ein – und in die Methoden der Suchmaschinenoptimierung. Er behandelt zudem Textsorten von Web und Web 2.0. Schliesslich widmet es sich dem kreativen Zusammenspiel von Text, Bild und Video sowie dem gesprochenen Wort. Am Schluss können die Teilnehmer überzeugende, suchmaschinenoptimierte Texte für die Webkommunikation und für elektronische Medien wie Videos gestalten.

Teil 2.1: User Experience Writing (UX)

Der Teil User Experience Writing (UX) führt Sie ins Texten im digitalen Zeitalter. Wie viele Sätze einer Copy werden gelesen? Wann wird ein Youtube-Video weggeklickt? Das Erlebnis – «Experience» –, dass der Nutzer (User) erfährt, entscheidet darüber, wie viel Aufmerksamkeit er einem Produkt schenkt. Weiter beeinflusst das UX Writing die Markenwahrnehmung, und es motiviert Kunden, ein Produkt weiterzuempfehlen.

Teil 3: Leistungsnachweis CAS-Abschlussprüfungen

Die CAS-Prüfung beinhaltet zwei schriftliche sowie eine mündliche Prüfung. Grundlage für die Zulassung zu den CAS-Prüfungen sind zwei Studienarbeiten, die von den Teilnehmern im Anschluss an Teil 1 beziehungsweise Teil 2 eingereicht werden.

1 Lektion: 45 Minuten

Lektionen pro Schultag in Zürich und Bern: 10 Lektionen = 7,5 Std.

Lektionen in Intensiv-Blocktagen im Campus Davos: Mittwoch

bis Samstag: 50 Lektionen = 37,5 Std. (Mittwoch 9,5 Std./

Donnerstag 10,5 Std./Freitag 10,5 Std./Samstag 7 Std.)



Dozentinnen und Dozenten

Studienleitung

- › Dr. Ivo Hajnal, Universitätsprofessor
- › Franco Item, Publizist, staatl. dipl. PR-Berater

Dozentinnen und Dozenten

Neben der Studienleitung leiten Kommunikations- und Werbeprofis aus der Schweiz und Deutschland den Unterricht.

- › Marcel Hähni, Journalist und Moderator bei Schweizer Radio SRF 3
- › Simon Libsig, Texter, Kolumnist, Autor und Slam-Poet
- › Michi Rüegg, Texter, Gewinner von nationalen und internationalen Awards
- › Katja Wölfel, Texterin, Konzepterin, Werbeanstalt Schweiz AG
- › Christian Sidow, Texter, Festland AG

Tutoren und Experten

Tutoren betreuen die E-Classroom-Tests und bewerten die Studienarbeiten, während Experten die Abschlussprüfungen beurteilen.

- › Julia Dieziger, lic. rer. pol., Redaktion und Beratung, Inhaberin Dieziger Unternehmenskommunikation
- › Mathias Held, Leiter Marketing, DER KREIS
- › Stefan Scherrer, Texter, Corporate Writer, texter.ch



Zulassung, Anmeldung und Kosten

Methodik und Unterlagen

Als Lehrmittelbasis dient eine Studiendokumentation mit einem Reader als ergänzendem Lesewerk. Der E-Classroom hat sich in den Lehrgängen der Text Akademie sehr bewährt. So dient er auch in diesem Lehrgang als Plattform für Praxisübungen, enthält alle Ausbildungsunterlagen und ermöglicht einen zielgerichteten Unterricht.

Zulassung

Über die Zulassung entscheidet die Studienleitung. Gute Voraussetzungen haben Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Branchenerfahrung und/oder einem der folgenden Leistungsnachweise:

- › Junior-Texter aus Werbeagenturen
- › Studium in Publizistik, Geisteswissenschaften, Journalismus, Kommunikation
- › Eidg. Fachausweis als PR-Fachmann (PR-Assistent), Marketingfachmann (Marketingplaner) oder Planer Marketingkommunikation (Werbeassistent)
- › Eidg. Diplom als PR-Berater, Kommunikationsleiter (Werbeleiter) oder Marketingleiter
- › CAS (NDK) Corporate Communications
- › CAS Corporate Writer (PR-Redaktor) und/oder CAS Corporate Publisher

Kosten

Der Preis des Hochschullehrgangs CAS Marketing Writer – Texterin / Texter – beträgt CHF 5950.– inkl. Basisdokumentation und Prüfungsgebühr.

Beratung und Anmeldung

Für zusätzliche Informationen und Beratung sowie für die Anmeldung wenden Sie sich an:

Schweizerische Text Akademie

Telefon 044 445 19 35, info@textakademie.ch

www.textakademie.ch

Studienorte und Wissensstadt Davos

Der Unterricht findet in Zürich, unserem Hauptstudienort, statt. Ein weiterer Studienort für drei bis vier Blocktage kann Davos sein. Der Lehrgang startet zweimal im Jahr im Juni und Dezember. Detaillierte Informationen finden Sie auf: www.textakademie.ch

Adressen

Schweizerische Text Akademie, Technopark Zürich
Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich
Telefon 044 445 19 35, info@textakademie.ch
www.textakademie.ch

Schweizerische Text Akademie
c/o Davos Destinations-Organisation DDO
Talstrasse 41, 7270 Davos Platz

Wissensstadt Davos

Die Schweizerische Text Akademie ist Mit-Initiatorin und Gründungsmitglied des Vereins Wissensstadt Davos, der seit Sommer 2004 existiert. Die Wissensstadt Davos ist Plattform und Interessengemeinschaft für Forschungs- und Ausbildungsinstitutionen, die in Davos ansässig sind.

Mitglieder der Wissensstadt Davos sind:

- › AO Institut (Arbeitsgemeinschaft für Osteosynthesefragen)
- › Destination Davos Klosters
- › European Asthma and Allergy Center Davos
- › Gemeinde Davos
- › Gemeinde Klosters-Serneus
- › Global Risk Forum Davos
- › Kirchner Museum Davos
- › SAMD – Schweizerische Alpine Mittelschule Davos
- › Schweizerische Text Akademie
- › SIAF – Schweizerisches Institut für Allergie- und Asthmaforschung
- › SLF – Eidgenössisches Institut für Schnee- und Lawinenforschung Davos
- › Spital Davos
- › PMOD/WRC – Physikalisch-Meteorologisches Observatorium Davos/Weltstrahlungszentrum



Unsere Hochschulstudiengänge

CAS-Hochschulzertifikate¹

Die folgenden fünf CAS-Studiengänge der Stiftung Text Akademie / HWZ lassen sich zum MAS-Master Corporate Writing & Publishing kombinieren:

- › CAS Corporate Writer – Design Thinking,
- › CAS Marketing Writer – UX Writing,
- › CAS Content Marketing / Corporate Publisher,
- › CAS Digital Publisher – Social Media Producer,
- › CAS Storytelling – Branding / Personal Branding

Die Reihenfolge dieser CAS-Studiengänge ist frei. Anschliessend bildet eine Master-Thesis² den Abschluss.

DAS-Hochschuldiplome³

Das CAS Corporate Writer – Design Thinking und das CAS Marketing Writer – UX Writing können zum DAS Corporate Writing kombiniert werden. Den Abschluss bildet eine DAS-Thesis⁴. Das CAS Content Marketing / Corporate Publisher und das CAS Digital Publisher können Sie zum DAS Corporate Publishing kombinieren werden. Den Abschluss bildet eine DAS-Thesis. Die Reihenfolge der CAS ist frei wählbar.

MAS-Hochschulmaster⁵

Der MAS Corporate Writing & Publishing wird von der Hochschule für Wirtschaft in Zürich HWZ verliehen. Dieser MAS entspricht den Anforderungen von Corporate Writers, Marketing Writers – UX Writers, Digital Publishers sowie von Corporate Publishers / Content-Marketing-Experten. Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt, qualifizierte Aufgaben und Leitungsfunktionen in Agenturen, im Content Marketing und in der Corporate Communication zu übernehmen. Ebenso sind freischaffende Texter und Content-Marketing-Experten angesprochen.

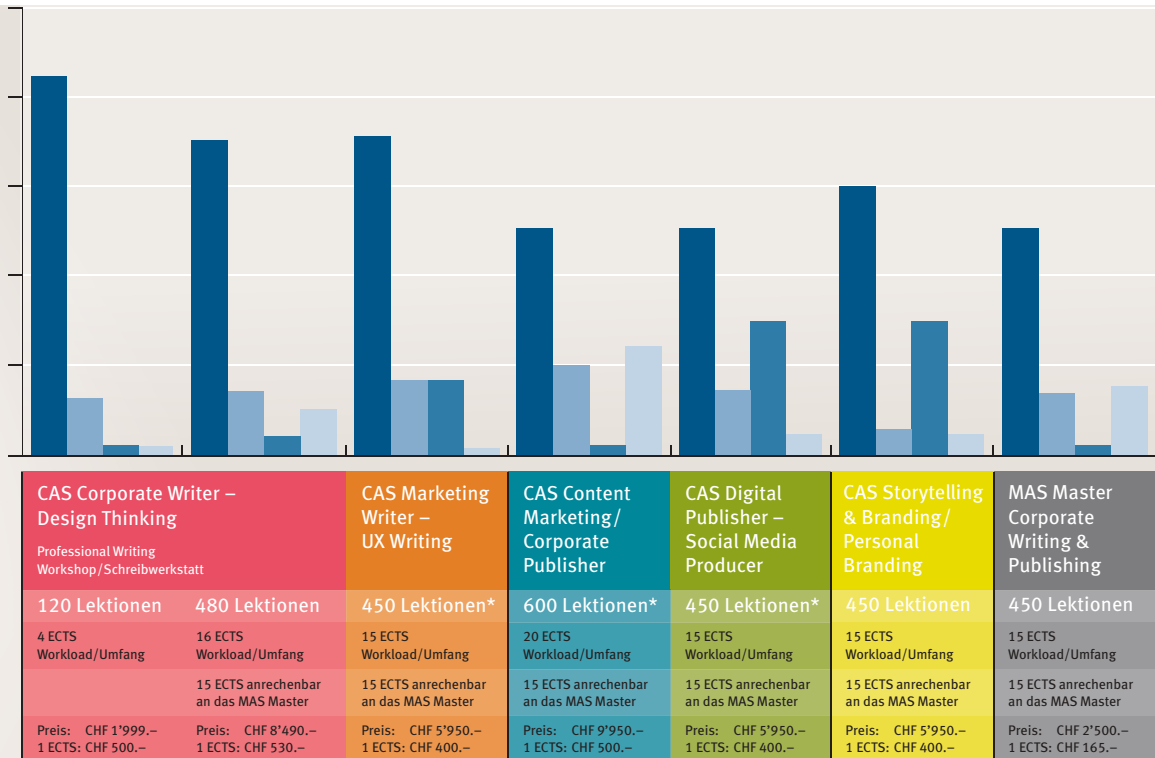
1 CAS Certificate of Advanced Studies: mind. 12 Kreditpunkte (ECTS)

2 Master-Thesis: 15 Kreditpunkte (ECTS)

3 DAS Diploma of Advanced Studies: mind. 31 Kreditpunkte (ECTS)

4 DAS-Thesis: 4 Kreditpunkte (ECTS)

5 MAS Master of Advanced Studies: mind. 60 Kreditpunkte (ECTS)



* Inkl. Scientific-Writing-Seminar für die MAS-Master-Thesis und/oder Kurz-Seminare für vertieftes Fachwissen zu folgenden Themen: Storytelling; visuelle Kommunikation; Planung von Corporate Videos; Exposé, Storyboard, Drehbuch; Kameraführung; Videoschnitt-Programme; SEO Suchmaschinen-Optimierung; usw.

Kompetenzen

Textkompetenz steht im Zentrum

Der Anteil der Textkompetenz variiert je nach Studiengang. Er beträgt jedoch in jedem Lehrgang mindestens 50 Prozent und übersteigt damit den Anteil der restlichen Kompetenzen. Sämtliche CAS-Studiengänge sind kombinierbar – und lassen sich mit einem MAS-Hochschulmaster abschliessen. Möglich sind auch zwei Abschlüsse mit DAS-Hochschuldiplom.

Schreiben und Publizieren

Die Studiengänge der Schweizerischen Text Akademie lassen sich grundsätzlich in zwei Säulen darstellen: das professionelle Schreiben und das professionelle Publizieren. Dabei ist der Übergang vom Schreiben zum Publizieren fließend. Oft werden gute Schreiberinnen und Schreiber im Laufe ihrer Karriere mehr und mehr zu Publizisten. Diesem Trend trägt die Text Akademie mit ihrem Ausbildungskonzept Rechnung.

Gewichtung der Berufskompetenzen

- Textkompetenz
- Kommunikations- und Marketingkompetenz
- Technologie- und Web-2.0-Kompetenz
- Führungskompetenz



Gütesiegel und Swiss Text Awards

Das Gütesiegel der Eidg. Stiftung Schweizerische Text Akademie bürgt seit der ersten Schreibwerkstatt 1998 für folgende Studienprinzipien:

Systematische Forschung und Entwicklung mit hohem Praxisbezug

Die Stiftung Text Akademie legt im Unterricht grössten Wert auf das fruchtbare Nebeneinander von wissenschaftlicher Theorie und bewährter Praxis. In ihren Studienveranstaltungen mündet aktuelles Fachwissen auf hohem Niveau jederzeit in überprüfbare Praxiskenntnisse.

Intensive Betreuung

Die Stiftung Text Akademie schenkt der intensiven Betreuung der Studentinnen und Studenten besondere Aufmerksamkeit: Dozentinnen und Dozenten stehen auch ausserhalb der regulären Studienzeit zur Studienbetreuung zur Verfügung – via E-Classroom, E-Mail und Telefon rund um die Uhr.

Kostenlose Prüfungswiederholung

Bei der Stiftung Text Akademie gilt das Prinzip, dass Prüfungswiederholungen und Repetitorien kostenlos sind. An Studentinnen und Studenten, die eine oder mehrere Prüfungen im ersten Anlauf nicht geschafft haben, wird kein zusätzliches Geld verdient.

Bildung für alle – dank fairer Preise

Die Stiftung Text Akademie steht für faire Preise: Sie bewirtschaftet ihre Studiengänge mit schlanken Strukturen, hält die Fixkosten gering und investiert die Einnahmen zu einem beträchtlichen Teil in die Verbesserung ihrer Studiengänge.

Swiss Text Awards

Die Akademie verleiht seit 2003 den Swiss Text Award als Nachwuchspreis und zur Förderung erstklassiger Qualität im Schreiben und Publizieren.

Seit 2017 gibt es drei Arten von Swiss Text Awards:

- › textward.ch
für hervorragende Textarbeit
- › storytellingaward.ch
für herausragende Erzählungen
- › contentmarketingaward.ch
für die besten Publikationen

Mehr Informationen und Anmeldung:
www.swisstextaward.ch



Schulen, Forschung und Partner

Schweizerische Text Akademie

Die Schweizerische Text Akademie ist eine eidgenössische Stiftung. Sie erforscht und fördert die deutsche Sprache in Medien und Wirtschaft. In diesem Sinn bildet sie jährlich gegen 200 Redaktoren, Texter und andere Schreibprofis sowie Corporate Publishers / Content-Marketing-Fachleute aus.

Die Text Akademie ist Teil der «Wissensstadt Davos». www.textakademie.ch; www.wissensstadt.ch

Hochschule für Wirtschaft in Zürich HWZ

Die HWZ ist 1986 als berufsbegleitende HWV Zürich durch den KV Schweiz und die Stiftung Juventus-Schulen Zürich gegründet worden. Als Teil der Zürcher Fachhochschule konzentriert sich die HWZ auf Betriebsökonomie, Kommunikation und Wirtschaftsinformatik. Mit rund 2'000 Studentinnen und Studenten sowie 500 Dozentinnen und Dozenten ist die HWZ die grösste berufsbegleitende Wirtschaftshochschule der Schweiz. www.fh-hwz.ch

Fachstelle Schreiben und Publizieren

Die Fachstelle verankert das Thema «Schreiben und Publizieren in Unternehmen» verstärkt als Teil der Business Communications und entwickelt dieses weiter. Sie wurde 2014 gemeinsam von der HWZ und der Text Akademie errichtet.

Forschungsstelle Sprache in Storytelling und Content Marketing

Die Forschungsstelle der Text Akademie wurde 2004 zusammen mit dem Verein Wissensstadt Davos und der HTW Chur gegründet, wo sie ihren Sitz hatte. Seit 2012 ist die Forschungsstelle im Technopark Zürich angesiedelt. Sie erforscht die Entwicklung und die Bedeutung der narrativen Kommunikation, des sog. Storytellings, im Content Marketing, in der Unternehmens-Kommunikation und im biografisch-literarischen Schreiben. www.forschungsstelle.ch

Content Marketing Forum

Das Content Marketing Forum ist aus dem Forum Corporate Publishing entstanden, welches die Interessensgemeinschaft der führenden Mediendienstleister in Deutschland, Österreich und der Schweiz war. In der Zwischenzeit ist das ehemalige Forum Corporate Publishing der grösste europäische Verband der Content-Marketing-Branche und unterstützt offiziell die Studiengänge der Text Akademie. info@content-marketing-forum.com

Persönlicher Lehrgang-Konfigurator:

5 CAS Studiengänge, 26 Module, 10 Vertiefungen, 1 MAS-Masterabschluss, 2 Diplomlehrgänge

Thematische Hauptausrichtung einzelner CAS-Studiengänge, die zum offiziellen Hochschul-Masterabschluss führen

Chefredaktion / Textchef	Texter / Art Director	Publizistische Leitung	Kommunikations-Spezialist für den digitalen Wandel (Transformation)
Titel des CAS-Lehrganges			
CAS Corporate Writer – Design Thinking	CAS Marketing Writer – UX Writing	CAS Content Marketing / Corporate Publisher	CAS Digital Publisher – Social Media Producer
Schreiben als Textchef für KMU, Grossunternehmen und Agenturen	Texten & Redigieren für Marketing, Web und SEO	Content Curation, Storytelling- und SEO-Strategie, visuelle Kommunikation	Strategie, Konzept und Text für Social Media und Digital Content, Visual Communication mit Instagram Stories®, Produktion von Webvideos und Videobooks

Persönliche Lehrgangs-Konfiguration: Inhalte im Vergleich / Aufbau des Studiums / Kombinationsmöglichkeiten

Vorkurs Professional Writing Workshop / Schreibwerkstatt	Teil 1 / Modul 1 Sprache in Marketing und Werbung; Strategie und Umsetzung	Teil 1 / Modul 1 Content Marketing (CP), Strategie und Konzeption und Beratung	Teil 1 / Modul 1 Sprache in digitalen Medien
Teil 1 / Modul 1 Das Produkt: Stilistik, Konzept-Technik; Grundwissen des Schreibens			
Teil 2 / Modul 2 Sprache und Textsorten der Corporate Communication	Teil 2 / Modul 2 Schreiben fürs Web: SEO, Webtexte, Hörtexte	Teil 2 / Modul 2 Strategische Bausteine wie Storytelling zum fertigen Content-Marketing-Produkt	Teil 2 / Modul 2 «Instagram Stories®»: der neue Ansatz fürs Digital Storytelling
Teil 3.1 / Modul 3.1 Schreibcoaching	Teil 3 / Modul 3 User Experience Writer (UX Writing)	Teil 3 / Modul 3 Organisation und Projektmanagement in der Praxis	Teil 3 / Modul 3 Webvideo: Drehe deinen eigenen Corporate-Clip
Teil 3.2 / Modul 3.2 Design Thinking: Was wünscht mein Leser?			
Teil 4 / Modul 4 Leistungsnachweis: CAS-Abschlussprüfungen	Teil 4 / Modul 4 Leistungsnachweis: CAS-Abschlussprüfungen	Teil 4 / Modul 4 Leistungsnachweis: CAS-Abschlussprüfungen	Teil 4 / Modul 4 Leistungsnachweis: CAS-Abschlussprüfungen

Leitung Storytelling & Branding-Spezialist	Diplomlehrgang Grundlagen des professionellen Schreibens & Redigierens
CAS Storytelling & Branding / Personal Branding Mit der Kraft guter Geschichten zu starken Marken – und starken Persönlichkeiten	Professional Writing Workshop / Schreibwerkstatt a) Als Vorkurs des CAS Corporate Writer b) Nach der Zertifikatsprüfung und einem Vertiefungsstudium folgt die Diplomprüfung
Teil 1 / Modul 1 Grundlagen des Storytelling: Planung und Umsetzung	Teil 1 / Modul 1 Einführung
	Teil 2 / Modul 2 Basic
Teil 2 / Modul 2 Digital Storytelling und Personal Branding	Teil 3 / Modul 3 Leserfreundlichkeit 1
	Teil 4 / Modul 4 Leserfreundlichkeit 2
Teil 3 / Modul 3 Handwerkliche Grundlagen: Zusammenspiel Text, Bild, Video	Teil 5 / Modul 5 Logik
	Teil 6 / Modul 6 Anreiz
Teil 4 / Modul 4 Leistungsnachweis: CAS-Abschlussprüfungen	Teil 7 / Modul 7 Vertiefungsstudium und Diplomprüfung

Digital Fitness: Kompaktseminare

1. Texten & Programmieren für SEO und Google AdWords
2. Digitales Texten für Web und Social Media
3. Texten für Digital Content Marketing und Storytelling
4. InDesign: Schreiben und digitale Gestaltung
5. UX Writing – nutzerorientiertes technisches Schreiben
6. Webvideo: Pre Production
7. Webvideo: Production
8. Webvideo: Post Production
9. Sprechtraining mit Cornelia Lindner
10. Laufbahnberatung und Personal Branding

Dauer: je 2 Tage**Preis:** CHF 750.–**Ort:** Zürich**Swiss Influencer Academy:**

Influencer Diplomlehrgang

- › Professionelles Texten, Schreiben, Redigieren
- › Fotografie: Bild und Bildbearbeitung
- › Webvideos: Dreh, Schnitt, Vertonung
- › Persuasion und Beeinflussung: Psychologische Grundlagen
- › Content & Influencer Marketing
- › Personal Branding: Präsentations- und Kameratraining, Sprechausbildung
- › Medienrecht; Verlagsmanagement
- › Vertiefung Luxury Influencer Marketing
- › Vertiefung Fashion Influencer Marketing
- › Vertiefung Fitness & Food Influencer Marketing
- › Vertiefung Fachjournalismus
- › Diplomprüfungen

Dauer: 6 Monate, 15 Unterrichtstage, 360 Lektionen**Preis:** CHF 4'990.– in 10 Raten zahlbar**Austragungsorte:** Zürich, Luzern, Bern**Studienaufenthalte:** Davos, Berlin, Monaco; Studienreisen sind nicht im Preis inbegriffen

Pad statt Papier

Das «papierlose Studium» ist in aller Munde. Wir reden jedoch nicht nur davon, sondern haben es bereits eingeführt: kompromisslos mit den modernen Tablets *Terra Pad*. Alle Studentinnen und Studenten erhalten am Anfang der Ausbildung ein solches Tablet von uns geschenkt.

Aktuelle Software und alle Studienunterlagen

Auf den Tablets sind die neuesten Software-Versionen von MS Office vorinstalliert und sämtliche Studienunterlagen übersichtlich abgespeichert: also sämtliche Folien der Direktunterrichtstage, die dazugehörenden Übungen, Webinare (Web-Seminare), der Reader mit der Pflichtlektüre sowie führende Fachartikel. Weiter finden Sie auf dem Tablet die Teilnehmerliste, Stundenpläne und Studienarbeiten. Auch lassen sich Videolektionen auf dem Tablet speichern: und zwar als Ersatz für verpasste Direktunterrichtstage oder im Rahmen von «Social Distance Learning» (s. Seite 15).

Dank Tablets: weniger Abfall und mehr Nachhaltigkeit

Die Tablets sind nicht nur nützlich, sondern wirken auch nachhaltig. Sie setzen dem Papierkrieg ein Ende und schonen dadurch die Natur. Denn weniger Papier bedeutet weniger gefällte Bäume. Wir haben nachgerechnet: Jede Studentin und jeder Student verbraucht in einem einzigen CAS-Studiengang ungefähr zehn Kilo Papier. Das sind unglaubliche 200 Kilo Papier pro Klasse.

Überall studieren – rund um die Uhr

Das handliche Tablet erübrigt den Transport von Büchern und Ordnern in den Unterricht. Alle Lehrmittel zusammen wiegen nur noch wenige hundert Gramm, die Sie bequem auf sich tragen.

Schliesslich gestattet Ihnen das Tablet, an jedem Ort zu studieren: zu Hause, im Zug oder zwischendurch unter dem Sonnenschirm im Freien. Dabei lässt sich das Tablet mit einem Klick über das WLAN mit unserem eclassroom.ch verbinden. Dies, um mit einem Tutor zu chatten – oder um Ihre E-Class-Übungen zu absolvieren.

«Social Distance Learning» – effizient und nachhaltig lernen!

Modernes Distance Learning ist «soziales» Lernen: Denn Sie lernen nicht isoliert, sondern treffen im elektronischen Klassenzimmer Dozierende und Kommilitonen – und dies ohne aufwändige Anreise!

«Social Distance Learning» ist besonders bei hochwertigen Übungslektionen oder Gruppenarbeiten die beste Wahl. Ungestört lösen Sie Aufgaben in Ihrer gewohnten Arbeitsumgebung. – Und Sie kontaktieren auf Wunsch live Ihren Tutor, diskutieren mit anderen Studentinnen und Studenten im Chat oder tauschen sich durch das Teilen Ihres Programmfensters aus.

Die Stiftung Text Akademie setzt seit 2002 neben traditionellem Unterricht auf «Social Distance Learning» und hat ihre technischen Möglichkeiten kontinuierlich erweitert: so etwa durch spezielle Webinare (Web-Seminare) und vertiefende Videolektionen.

Ist für Sie «Social Distance Learning» die richtige Wahl?

Sie sind beruflich stark ausgelastet? Arbeiten unregelmässig oder an ständig wechselnden Orten? Müssen für das Studium weit reisen? Sind alleinerziehend oder können sich ausschliesslich abends einer Weiterbildung widmen? – Dann ist unser «Social Distance Learning» für Sie die ideale Lösung. Denn Sie lernen, wann Sie Zeit haben. Und trotzdem sind Sie nie allein – dank engen sozialen Kontakten im [eclassroom.ch](#), im Chat oder auf Lernplattformen lernen Sie gemeinsam mit anderen Studentinnen und Studenten.

Massgeschneiderter Studienplan

Ohne Zweifel erfordert «Social Distance Learning» eine gute Planung, die wir für Sie übernehmen. Dazu erstellen wir einen massgeschneiderten Studienplan, der exakt auf Ihre zeitlichen und finanziellen Möglichkeiten ausgerichtet ist.

Ebenso können Sie Ihr Studium inhaltlich individualisieren. Dazu dient Ihnen unser Inhaltskonfigurator (s. Seite 12/13).

Wir lassen Sie beim «Social Distance Learning» nie allein: Unsere Studienleitung begleitet Sie eng durch das gesamte Studium – bis hin zum erfolgreichen Hochschulabschluss.

Direktunterrichtstage? Jederzeit möglich!

Was, wenn Sie eines Tages Lust auf einen klassischen Unterrichtstag verspüren? – Kein Problem: Sie dürfen jederzeit spontan unsere Direktunterrichtstage besuchen. Ob in Zürich, Davos, Bern, Berlin oder Monaco: Sie sind immer herzlich willkommen!

Kompaktseminare für Ihre digitale Zukunft

Die digitale Transformation schreitet unaufhaltsam voran. Sind Sie ausreichend darauf vorbereitet? Sind Sie in der Lage, den digitalen Wandel für Ihr Berufsleben zu nutzen? – Wenn nicht, dann machen Sie unsere Kompaktseminare fit für Ihre digitale Zukunft.

Die Kompaktseminare vermitteln Ihnen zusätzlich zu unseren umfassenden Studiengängen digitales Vertiefungswissen im professionellen Texten, Schreiben und Redigieren. Zudem erlernen Sie Grundkenntnisse der professionellen Produktion von Webvideos: von der Planung über den Dreh bis hin zum abschließenden Schnitt und zur Vertonung.

Die Seminare sind konsequent darauf ausgerichtet, Ihre beruflichen Fähigkeiten und Chancen in der sich wandelnden Arbeitswelt signifikant zu erhöhen. Sie beruhen auf aktuellen Erkenntnissen – etwa zu Suchmaschinenoptimierung oder sozialen Medien – und behandeln neue Disziplinen wie Digital Storytelling und UX Writing. Weiter erlernen Sie die Produktion von Webvideos und gewinnen ein Verständnis für das Miteinander von Text und Bild.

Gerne stellen wir Ihnen unsere acht eintägigen Kompaktseminare in wenigen Sätzen vor. Weitere Auskünfte, Beratung oder Anmeldung:

info@textakademie.ch

Telefon: 044 445 19 35

Ralph Kohler freut sich auf Ihren Anruf.

1. Texten für SEO

Egal ob einfacher Webtext oder ausgefeiltes Content Marketing: SEO lautet das Gebot der Stunde, denn ohne Top-Ranking auf Google ist Digital Business heute nicht möglich. SEO braucht Textkompetenz, die auf die aktuellen Mechanismen des Google-Algorithmus ausgerichtet ist.

Datum: Sa, 01.09.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

2. Digitales Texten für Web und Social Media

Wie schreiben Sie gezielt für Landing Pages und Microsites? Was für Vorteile bieten Instagram Stories? Welche Chancen lassen sich auf 280-Zeichen-Tweets nutzen? Digitales Texten ist heute eine Kernkompetenz in Corporate und Marketing Communication.

Datum: Sa, 29.09.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

3. Texten für Digital Content Marketing & Storytelling

Der digitale Wandel macht vor dem Content Marketing nicht halt. Das aktuelle Stichwort lautet: Digital Storytelling. Darunter verstehen wir professionell verfasste, multimedial erzählte Geschichten: Texte – angereichert mit Bildern, Grafiken und Videos.

Datum: Sa, 06.10.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

4. InDesign: Schreiben und digitale Gestaltung

Beiträge in sozialen Medien sind ohne Bilder undenkbar. Planen Sie das Zusammenspiel von Text und Bild. Erlernen Sie Desktop-Publishing mit InDesign für Ihre tägliche Arbeit mit Text und Bild in einer digitalen Kommunikationswelt.

Datum: Sa, 13.10.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

5. UX Writing – nutzerorientiertes technisches Schreiben

Wie schreibt man technisch-abstrakte Texte einfach, verständlich und auf den Nutzer zugeschnitten? Beispielsweise Konzepte von IT-Projekten, Manuals für einen reibungslosen Ablauf von komplexen Reorganisationen – oder komplexe Offerten.

Datum: Sa, 20.10.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

6. Webvideo für Digital Business: Pre Production

«Pre Production» bedeutet die Planung eines Videos. Dazu gehört das Exposé, das Storyboard – oder gar ein kurzes Drehbuch. Das Exposé basiert oft auf einer guten Geschichte, die ein Verständnis von Storytelling und Bildsprache voraussetzt.

Datum: Sa, 27.10.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

7. Webvideo für Digital Business: Production

«Production» bedeutet das Drehen eines Videos. Dazu gehört einerseits das Handwerk an der professionellen Videokamera, andererseits die Lichtführung und die gekonnte Tonaufnahme sowie das gezielte Anleiten der Darsteller.

Datum: Sa, 10.11.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

8. Webvideo für Digital Business: Post Production

«Post Production» steht für die Nachbearbeitung der einzelnen Video-Aufnahmen bis zum fertigen Video: vom Schnittplan, über den Videoschnitt bis zur Nachvertonung mit professioneller Software wie Adobe Premier Pro.

Datum: Sa, 24.11.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

9. Sprechtraining mit Cornelia Lindner

«Wer gut spricht, kommt weiter!» so heisst das Fachbuch von Cornelia Lindner. Lernen Sie bei ihr die Grundlagen des professionellen Sprechens: für die Vertonung Ihrer Videos – oder für Ihre Auftrittskompetenz als Basis Ihres Personal Branding.

Datum: Sa, 01.12.2018 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

10. Laufbahnberatung & Personal Branding

Was lässt sich Ihr Traumberuf realisieren? Für welche Unternehmung würden Sie am liebsten arbeiten? Am Anfang steht eine professionelle Standortbestimmung, die Ihre Talente klar aufzeigt – als Basis für wirkungsvolle Bewerbungen und gekonntes Personal Branding.

Datum: Sa, 19.01.2019 / Preis: CHF 750.– / Ort: Zürich

Dipl. Digital Influencer: Zukunftsberuf mit grossem Potential

Die Digitalisierung schafft ganz neue Kommunikationsberufe: so auch den Beruf des Digital Influencers. Digital Influencer sind als Meinungsführer und Multiplikatoren in sozialen Kanälen sehr gefragt. Die Schweizerische Text Akademie startet daher den ersten Digital-Influencer-Lehrgang der Schweiz. Dazu hat sie die Swiss Influencer Academy gegründet – in Partnerschaft mit der Social Media & Influencer Agentur SO/IN AGENCY AG. Start des ersten Lehrgangs: 19. Oktober 2018. Dauer: 6 Monate mit 15 Direktunterrichtstagen.

Digital Influencers sind von Unternehmen heiss begehrt. Bereits existieren weltweit die ersten Studiengänge mit Masterabschluss: so an der renommierten Wirtschaftsuniversität Bocconi in Mailand. Nun folgt die erste komplette Digital-Influencer-Ausbildung in der Schweiz.

Was sind Digital Influencer?

Digital Influencer sind moderne Meinungsführer. Sie veröffentlichen in sozialen Medien Texte und Videos zu einem Spezialgebiet und erzielen damit hohe Reichweiten und nachhaltige Wirkung. Ihre Profession ist im Idealfall vergleichbar mit jener von Fachjournalisten, Kolumnisten oder Kommentatoren, die für grosse Zeitungen oder Ratgeber-TV-Sendungen tätig sind – und ihr Publikum informieren sowie beeinflussen.

Professionell fotografieren, schreiben, Video drehen und präsentieren

Was lernen Sie in unserer Influencer-Ausbildung? – Im Zentrum des Lehrgangs stehen professionell verfasste Texte, die im Zusammenspiel mit Bild und Ton ihre Rezipienten überzeugen.

Inhalt des Studienganges

- › Professionelles Texten, Schreiben, Redigieren
- › Fotografie: Bild und Bildbearbeitung
- › Webvideos: Dreh, Schnitt, Vertonung
- › Persuasion und Beeinflussung: Psychologische Grundlagen
- › Content und Influencer Marketing
- › Personal Branding: Präsentations- und Kameratraining, Sprecherausbildung
- › Medienrecht; Verlagsmanagement
- › Vertiefung Luxury Influencer Marketing
- › Vertiefung Fashion Influencer Marketing
- › Vertiefung Fitness & Food Influencer Marketing
- › Vertiefung Fachjournalismus
- › Diplomprüfungen

**Start Dauer, Umfang, Preis,
Studienorte und Studienreisen**

- › Dauer: 6 Monate, 15 Unterrichtstage, 360 Lektionen
- › Preis: CHF 4'990.– in 10 Raten zahlbar
- › Austragungsorte: Zürich, Luzern, Bern
- › Studienaufenthalte: Davos, Berlin, Monaco; Studienreisen sind im Preis nicht inbegriffen

Deshalb behandelt der Lehrgang die Grundlagen des persuasiven Schreibens sowie der Fotografie und umfasst das professionelle Drehen, Schneiden und Vertonen von Webvideos. Weitere Hauptfächer sind: Marketinggrundlagen und Content Marketing, Influencer Marketing und seine psychologischen Hintergründe sowie virales Marketing.

Für den langfristigen Erfolg von Digital Influencern ist ferner die Eigenmarke (Personal Brand) mitverantwortlich. Dazu absolvieren Sie bei uns intensive Präsentations- und Kameratrainings und Sie erhalten professionelle Sprechausbildung.

Damit Sie als Digital Influencer für bekannte Marken, Grossunternehmen oder Medienhäuser arbeiten können, vermitteln wir Ihnen abschliessend solide Kenntnisse in Medienrecht und Verlagsmanagement.

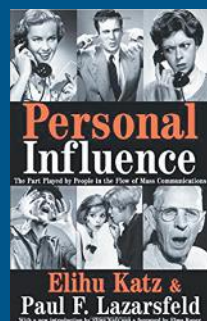
«Influencer»: seit 1955 ein Thema!

Der Begriff Influencer ist weit länger bekannt, als dies gemeinhin vermutet wird: Denn bereits im Jahre 1955 erschien in den USA das Standardwerk «Personal Influence».

Einer der zwei Autoren war der bis heute renommierte Soziologe Paul Felix Lazarsfeld. Er untersuchte anlässlich der US-Präsidentenwahl 1940, warum sich Wähler für den einen oder anderen Präsidentschaftskandidaten entschieden hatten.

Das damals verblüffende Forschungsergebnis von Lazarsfeld: Vor allem die «interpersonale Kommunikation» – d.h. die zwischenmenschliche Kommunikation bzw. persönliche Gespräche – beeinflusste die Wähler bei ihrem Wahlverhalten am stärksten. Dabei waren persönliche Gespräche mit sogenannten «Influencern» von besonderer Bedeutung. Lazarsfeld beschrieb die Influencer als Meinungsführer, die als wirksame Multiplikatoren von Nachrichten und Meinungen gegenüber den Wählenden fungierten.

Diese Erkenntnis über die Wirksamkeit von Influencern war damals neu. Bis dahin hatten die Wahlforscher geglaubt, dass sich Wähler massgebend durch die (damaligen) Massenmedien wie Zeitungen und Radio informierten. Und somit ihr Wahlverhalten ausschliesslich direkt aus der Medienmeinung erklärbar sei.



Personal Influence:

The Part Played by People in the Flow of Mass Communications

(Persönliche Influencer: Die Rolle, die sie in der Verbreitung der Massenkommunikation spielen.)

Starke Partner: Schweizerische Text Akademie und
Hochschule für Wirtschaft in Zürich HWZ

Die Schweizerische Text Akademie und die Hochschule für Wirtschaft
in Zürich HWZ sind ideale Partner. Gemeinsam bieten sie Studiengänge
für folgende Fachleute an: für Corporate Writers, Marketing Writers,
Corporate Publishers und Social Media Publishers – sowie für profession-
nelle Storytellers und Content-Marketing-Experten. Dank ihres innovativen
Bildungsangebotes gehören sie in der Schweiz seit rund 20 Jahren zu
den Branchenführern.

STIFTUNG SCHWEIZERISCHE
TEXTAKADEMIE

SPRACHE UND MULTIMEDIA
TEXTEN FÜR KI & CHATBOTS
CORPCOM UND MARKETING

Schweizerische Text Akademie
Technopark Zürich
Technoparkstrasse 1
8005 Zürich

Telefon 044 445 19 35
info@textakademie.ch

www.textakademie.ch

HWZ

Die Hochschule für Wirtschaft
in Zürich

Hochschule für Wirtschaft Zürich
Zürich Sihlhof
Lagerstrasse 5
8021 Zürich

Telefon 043 322 26 00
sekretariat@fh-hwz.ch

www.fh-hwz.ch