HWZ
Die Hochschule für Wirtschaft in Zürich

FACHSTELLE
SCHREIBEN & PUBLIZIEREN
Stiftung Schweizerische Text Akademie
Hochschule für Wirtschaft in Zürich HWZ

STIFTUNG SCHWEIZERISCHE
TEXTAKADEMIE

SPRACHE UND MULTIMEDIA
TEXTEN FÜR KI & CHATBOTS
CORPCOM UND MARKETING

Die Schweizerische Text Akademie ist eine Partnerorganisation der HWZ.

CAS Influencer Management

Influencer Marketing als strategische Kommunikationsdisziplin

Die Ausbildung befähigt Sie,

- Influencer Marketing als professionelle Kommunikationsdisziplin auf strategischer Ebene gewinnbringend zu planen und zu führen.
- Influencer Content in den bisherigen Kommunikationsstrom zu integrieren und crossmedial einzusetzen.
- Geschäftsmodelle für Influencer Kommunikation zu erkennen und zu nutzen.
- selber als Influencerin oder Influencer für Unternehmen und NGOs strategisch tätig zu sein.

KING® FLUENCERS

FORSCHUNGSSTELLE SPRACHE IN STORYTELLING UND CONTENT MARKETING

Einführung

Liebe Leserinnen und Leser
Influencer haben sich als Teil moderner Corporate Communication und des Marketings längst etabliert. Denn sie bedienen exakt definierte Zielgruppen mit Content auf allen Kanälen. Dabei agieren sie nicht alleine: Rund um sie haben sich spezialisierte Agenturen gebildet – und Unternehmen suchen ihrerseits Mittel und Wege, geeignete Influencer aufzunehmen.

Was allerdings fehlt, ist das spezifische Know-how und eine Professionalisierung der Disziplin Influencer Marketing. Hier setzt dieser Lehrgang ein: Er bietet die erste ganzheitliche akademische Ausbildung für alle Führungskräfte, die sich strategisches Fachwissen rund um alle Facetten der Influencer-Kommunikation aneignen wollen.

Diesen CAS-Lehrgang führen wir in Partnerschaft mit der HWZ durch. Weiter unterstützen uns führende Influencer wie Melanie Balasopulos und das Unternehmen Kingfluencers, das durch ihre eigenen digitalen Technologien Influencer-Marketing-Kampagnen zielgenau zu steuern weiss.

Melanie Balasopulos ist Co-Studienleiterin des CAS Influencer Management. Sie ist Founder und CEO der Social Media und Influencer-Agentur SO/IN Agency AG in Zug und Monaco. Weiter ist sie Beirätin der eidg. Stiftung Text Akademie.

Gemäss dem Influencer-Rating-2019 des Medienunternehmens Clear Channel AG gehört Melanie Balasopulos zu den vier erfolgreichsten Influencern der Schweiz. Vor Melanie Balasopulos haben sich Ivan Rakitic, Roger Federer und Michelle Hunziker platziert.

Wir freuen uns auf deinen Weg in die digitale Zukunft.

Univ. Prof. Dr. Ivo Hajnal
Gründer, Stiftungsr.-Präsident

Franco Item
Gründer, Stiftungsrat

Zur besseren Lesbarkeit haben wir vorwiegend männliche Formen verwendet. Wir bitten die Leserinnen um Verständnis.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Der Lehrgang CAS Influencer Management richtet sich grundsätzlich an professionelle Kommunikatoren, die sich ein ganzheitliches Verständnis von Influencer-Kommunikation aneignen wollen. Er spricht unter anderem die folgenden Personen an:

- Content-Marketing-Experten in Unternehmen, die Influencer-Content gezielt nutzen wollen
- Führungspersonen von Agenturen, die ihr Dienstleistungsangebot um Influencer-Kommunikation erweitern wollen
- Verlagsmanager, die Influencer zur Ergänzung des Redaktionsteams einsetzen wollen
- Influencer, die sich professionalisieren und entsprechende Managementkompetenzen aneignen wollen
- Quereinsteiger aus Marketing, Werbung, PR oder Journalismus, die selbst als Influencer tätig sein wollen

Kompetenzen und Karrieremöglichkeiten

Absolventen des Lehrgangs zeichnen sich unter anderem durch folgende Kompetenzen aus:

- Influencer-Marketing als professionelle Kommunikationsdisziplin auf allen Ebenen verstehen
- Influencer-Kampagnen für B2C wie B2B strategisch konzipieren und steuern
- Influencer Content in den bisherigen Kommunikationsfluss integrieren und crossmedial einsetzen
- Entsprechende Geschäftsmodelle für Influencer-Kommunikation erkennen und nutzen
- Influencer entlang der gesamten Customer Journey markengerecht einsetzen und führen

Daher bietet sich Absolventen des Lehrgangs die Chance, als Experten Führungsaufgaben rund um Influencer-Kampagnen zu übernehmen oder eine aufstrebende Kommunikationsdisziplin in ihrem Umfeld zu etablieren.

Studieneinheiten	Teile / Module	Aufwand für Präsenzunterricht und Kontaktunterricht (66,5%)			Selbststudium	Gesamter Aufwand (100%)
		Präsenzunterricht Direktunterricht reales Schulzimmer	**Präsenzunterricht** E-Class-Test wahlweise virtuelles Schulzimmer oder reales Schulzimmer	**Kontaktunterricht** Begleitete Studienarbeiten		**Workload**
Grundlagen: Kommunikationsart, Nutzer, Kanäle	**Teil 1**	3 Tage 30 Lektionen	1,5 Tage (3 Halbtage) 15 Lektionen	6 Tage 60 Lektionen	4 Tage 40 Lektionen	9,5 Tage 95 Lektionen
Vier Ebenen: Unternehmen, Agenturen, Influencer, Medien	**Teil 2**	9 Tage 90 Lektionen	2,5 Tage (5 Halbtage) 25 Lektionen	8 Tage 80 Lektionen	5 Tage 50 Lektionen	20,5 Tage 205 Lektionen
Kampagnen: Unternehmen und Erfolgsfaktoren	**Teil 2.1**					
Kampagnen: Agenturen und Erfolgsfaktoren	**Teil 2.2**					
Kampagnen: aus Sicht des Influencers	**Teil 2.3**					
Influencing und Fachjournalismus	**Teil 2.4**					
Leistungsnachweis CAS-Abschlussprüfungen	**Teil 3**	2 Tage 20 Lektionen	4 Tage 40 Lektionen		4 Tage 40 Lektionen	6 Tage 60 Lektionen
Zwischentotal Präsenzunterricht		14 Tage 140 Lektionen	4 Tage 40 Lektionen			
Total Aufwand		**18 Tage 180 Lektionen**		**14 Tage 140 Lektionen**	**13 Tage 130 Lektionen**	**45 Tage 450 Lektionen**

Inhalt und Abschlussprüfungen

Der Lehrgang CAS Influencer Management umfasst zwei Teile sowie in einem dritten Teil die CAS-Prüfungen.

Teil 1: Influencer Marketing: Grundlagen – Kommunikationsart, Nutzer, Kanäle
Teil 1 behandelt die strategischen Grundlagen des Influencer Marketings, die zum Verständnis der Kommunikationsform und ihrem Management erforderlich sind. Er liefert unter anderem psychologisches und ökonomisches Hintergrundwissen rund um Influencer-Kommunikation und -Kampagnen. Zudem gibt er Einblick in die aktuelle Praxis von Influencer Marketing. Teil 1 beinhaltet schliesslich vier Halbtage im E-Classroom, an denen die Teilnehmer angewandte Analysen und Fallstudien erstellen. Die eingereichten Lösungen werden von Experten bewertet.

Teil 2: Influencer Marketing – unterschiedliche Ebenen
Teil 2 beleuchtet die vier Ebenen, auf denen sich Influencer-Kommunikation gegenwärtig manifestiert und die im gegenseitigen Zusammenspiel stehen: die Ebene der Unternehmen, der Agenturen, der Medien sowie der Influencer selbst. Er vermittelt so unter anderem Führungs- und Managementkompetenzen, Erlösmodelle, Einsatzbereiche von Influencer-Kampagnen, Instrumente für die ideale Abstimmung von Influencer und Marke oder Einblicke in Big Data zur Kontrolle von Influencer-Kampagnen. Damit behandelt Teil 2 alle Erscheinungsformen von Influencer-Marketing bis zu Brand Journalism mitsamt der entsprechenden Herausforderungen. Er beinhaltet zudem zwei Halbtage im E-Classroom mit vertiefenden Übungen aus der Praxis.

Teil 3: Leistungsnachweis – CAS-Abschlussprüfungen
Der Hochschullehrgang CAS Influencer Management schliesst mit drei schriftlichen Prüfungen ab: konkret mit zwei angewandten Prüfungen sowie einer theoretischen Fachprüfung. Um die Zulassung zu den Prüfungen zu erhalten, verfassen die Teilnehmer im Vorfeld zwei Studienarbeiten. Zudem ist für die Zulassung die Teilnahme an einer Mindestanzahl der E-Classroom-Übungen erforderlich.

---

1 Lektion: 45 Minuten
Lektionen pro Schultag in Zürich und Bern: 10 Lektionen = 7,5 Std.
Lektionen in intensiven 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

- **Konstantin Arnold** aus Lissabon ist Autor und Fotograf. Konstantin gilt als «Charles Bukowski der Actionsport-Szene» und schreibt für international renommierte Blätter und Blogs: u.a. Neue Zürcher Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung.
- **Fabrizio D'Aloisio** ist freischaffender Creative Director, Fotograf und Buchautor. Fabrizio war unter anderem Leiter Kommunikation, PR und Influencer Marketing von St. Moritz.
- **Melanie Balasopulos** ist Co-Studienleiterin und Beirätin der Text Akademie. Sie ist Founder und CEO der SO/IN Agentur für Influencer-Marketing.
- **Stefan Bogner** aus München ist Creativ Director und Designer u.a. für das Deutsche Symphonie Orchester Berlin. Er ist Gründer das Special Interest Magazin «Curves», das in zwei Sprachen weltweit erscheint.
- **Urs Gredig** ist Journalist und TV-Moderator bei SRF. Zuvor war er Chefredaktor von CNN Money Switzerland.
- **Ted Gushue** aus London ist Influencer / Content Creator für Classic Cars & Electric Mobility. Ted ist Editorial Director Petrolicious Automobil Blog (monatlich 2 Mio. Follower).
- **Jean-Richard Hadrien** ist Social-Media-Experte und Fotograf und Head Storytelling & Communication Services EWZ.
- **Prof. Dr. Ivo Hajnal,** Studienleitung und SR-Präsident Stiftung Text Akademie
- **Ana Kummer** ist freischaffende Influencerin und hat u.a. das Influencer-Marketing von Asics Running Schweiz lanciert.
- **Christian Reiter,** Informatiker ETH, ist Co-Founder und CEO Kingfluencers. Er ist Hauptdozent und einer der Lehrgangs-Entwickler des CAS Influencer Management.
- **Dan Roznov** ist freischaffender Creative Director. Dan hat mehrere Jahre im Team um Steve Jobs gearbeitet und in den USA Werbekampagnen wie für iPhone, iPad, Siri, Apple Watch mitkreiert.

Zulassung, Anmeldung und Kosten

Methodik und Unterlagen
Das theoretische Fachwissen bieten wir mit unserer Studiendokumentation an, die sich aus ausgewählten, aktuellen Fachartikeln zusammensetzt. Anwendungsorientierte Übungen im E-Classroom bilden – wie in allen CAS-Lehrgängen der Text Akademie – das zentrale Element, um das im Unterricht vermittelte Wissen rasch in die Praxis umzusetzen. Die Übungen stützen sich in der Regel auf im Alltag bewährte Checklisten.

Zulassung
Über die Zulassung entscheidet die Studienleitung bei Bedarf nach einem Vorgespräch. Gute Voraussetzungen haben Interessenten mit Branchenerfahrung und/oder einem der folgenden Leistungsnachweise:

- Content-Marketing-Experten aus Agenturen, Verlagen und Unternehmen
- Absolventen des CAS Corporate Writer, CAS Content Marketing, CAS Marketing Writer oder CAS Corporate Communications
- Absolventen mit einem der folgenden Abschlüsse: eidg. Fachausweis als PR-Fachmann, Marketingfachmann oder Planer Marketingkommunikation – oder entsprechend höherem Abschluss
- Interessenten mit abgeschlossenem Studium (Universität oder Hochschule) in einer Kommunikationsdisziplin

Kosten
Der Preis des Hochschullehrgangs CAS Influencer Management beträgt CHF 8950.– 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, Live-Stream-Unterricht, Science City Davos

Der Unterricht findet in Zürich, unserem Hauptstudienort, statt. Ein weiterer Studienort kann Davos sein, auch führt die Akademie regelmässig Studienreisen nach Berlin durch. Der Lehrgang startet zweimal im Jahr im Juni und November.

Live Stream Pioneer
«Total digital» ist das Motto der Text Akademie: Darum bieten wir seit 2019 alle Studiengänge zusätzlich zum klassischen Direktunterricht auch als zeitgleichen Live-Stream-Unterricht an – oder zeitversetzt mittels Video-Lektionen im Teil- oder Vollzeit-Fernunterricht (Homeschooling).

Die Text Akademie hat vier komplette Live-Stream-Studios mit Spezialkameras, live Regie sowie eigenen Breitband Internetleitungen. Unsere Live Streams lassen sich rund um die Uhr und von überall her downloaden.

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

Science City Davos
Die Schweizerische Text Akademie ist Initiatorin und Gründungsmitglied des Vereins Wissensstadt / Science City Davos, der seit 2004 existiert. Science City Davos ist die Plattform und Interessengemeinschaft für Forschungs- und Ausbildungsinstitutionen, die in Davos ansässig sind. www.sciencecity.ch

Mitglieder der Science City 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-Hochschulzertifikate[1]
Die folgenden sechs CAS-Studiengänge der Stiftung Text Akademie / HWZ lassen sich zum Corporate Writing & Digital Publishing kombinieren:

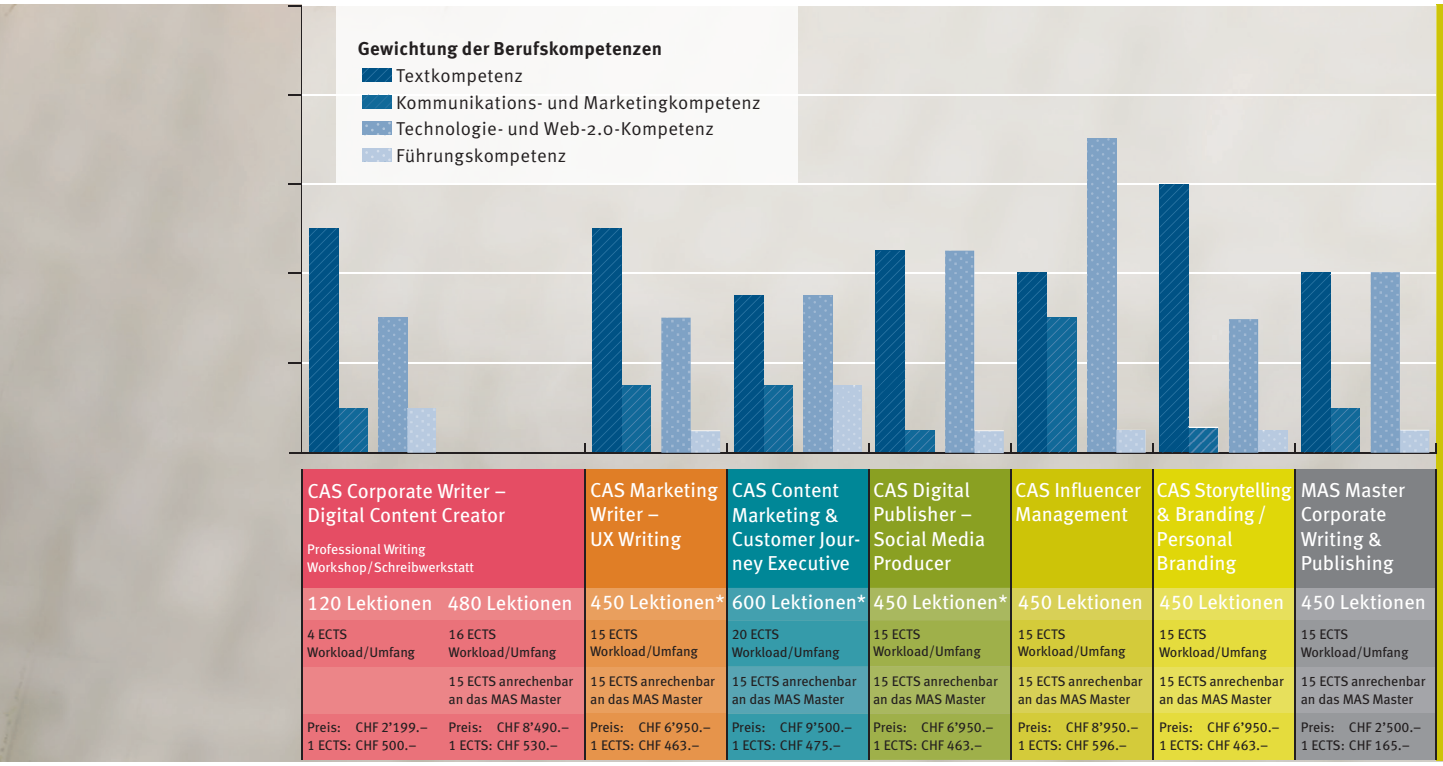
- CAS Corporate Writer – Content Creator,
- CAS Marketing Writer – UX Writing,
- CAS Content Marketing & Customer Journey Executive,
- CAS Digital Publisher – Social Media Producer,
- CAS Storytelling & Branding / Personal Branding,
- CAS Influencer Management

Die Reihenfolge dieser CAS-Studiengänge ist frei. Anschliessend bildet eine Master-Thesis[2] den Abschluss.

DAS-Hochschuldiplome[3]
Das CAS Corporate Writer / Content Creator und das CAS Digital Publisher – Social Media Producer können zum «DAS Digital Content Creation» kombiniert werden. Den Abschluss bildet eine DAS-Thesis[4]. Das CAS Content Marketing & Customer Journey Executive und ein anderes CAS der Text Akademie können zum «DAS Content Marketing» kombiniert werden. Den Abschluss bildet immer eine DAS-Thesis. Die Reihenfolge der CAS ist frei wählbar.

MAS-Hochschulmaster[5]
Der MAS Corporate Writing & Digital 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 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. 15 Kreditpunkte (ECTS)
2 Master-Thesis: 15 Kreditpunkte (ECTS)
3 DAS Diploma of Advanced Studies: mind. 30 Kreditpunkte (ECTS)
4 DAS-Thesis: 4 Kreditpunkte (ECTS)
5 MAS Master of Advanced Studies: mind. 60 Kreditpunkte (ECTS)



CAS Corporate Writer – Digital Content Creator Professional Writing Workshop / Schreibwerkstatt		CAS Marketing Writer – UX Writing	CAS Content Marketing & Customer Journey Executive	CAS Digital Publisher – Social Media Producer	CAS Influencer Management	CAS Storytelling & Branding / Personal Branding	MAS Master Corporate Writing & Publishing
120 Lektionen	480 Lektionen	450 Lektionen*	600 Lektionen*	450 Lektionen*	450 Lektionen	450 Lektionen	450 Lektionen
4 ECTS Workload/Umfang	16 ECTS Workload/Umfang	15 ECTS Workload/Umfang	20 ECTS Workload/Umfang	15 ECTS Workload/Umfang	15 ECTS Workload/Umfang	15 ECTS Workload/Umfang	15 ECTS Workload/Umfang
	15 ECTS anrechenbar an das MAS Master	15 ECTS anrechenbar an das MAS Master	15 ECTS anrechenbar an das MAS Master	15 ECTS anrechenbar an das MAS Master	15 ECTS anrechenbar an das MAS Master	15 ECTS anrechenbar an das MAS Master	15 ECTS anrechenbar an das MAS Master
Preis: CHF 2'199.– 1 ECTS: CHF 500.–	Preis: CHF 8'490.– 1 ECTS: CHF 530.–	Preis: CHF 6'950.– 1 ECTS: CHF 463.–	Preis: CHF 9'500.– 1 ECTS: CHF 475.–	Preis: CHF 6'950.– 1 ECTS: CHF 463.–	Preis: CHF 8'950.– 1 ECTS: CHF 596.–	Preis: CHF 6'950.– 1 ECTS: CHF 463.–	Preis: CHF 2'500.– 1 ECTS: CHF 165.–

Digitale Kompetenzen

Die Studiengänge der Stiftung Text Akademie lassen sich grundsätzlich in zwei Säulen darstellen: das professionelle Schreiben und das professionelle digitale Publizieren.

Zur Säule des professionellen Schreibens gehören klassische Textsorten wie Interview, Portrait und Reportagen. Besonders wichtig ist heute das Data Driven Storytelling und generell digitale Formen des Storytelling für Text, Bild und Video. Weiter vermitteln wir alle Details zum SEO-Texten.

Zur Säule des digitalen Publizieren gehören Spezialgebiete wie KI & Chatbot Production, die Marketing Automation und Google-spezifisches Wissen über SEO, SEA, Google Ads und -Analytics. Weiter zählt unter anderem die digitale Fotografie, die Video Production und die Konzepttechnik Design Thinking dazu.

Grundsätzlich sind die Studiengänge der Text Akademie ausgerichtet für Fachleute, die im Marketing und der Corporate Communication arbeiten – zum Beispiel als Content Creators, Textchefinnen, Autoren, Leiterin Storytelling und Social Media usw.

Jeder Studiengang nach Wunsch konfigurierbar
Der modulartige Aufbau aller CAS-Studiengänge macht es möglich, auf Wunsch Module aus anderen CAS-Lehrgängen mit angestammten Modulen zu ergänzen oder auszutauschen. Am einfachsten geht dies mit dem «Lehrgangs-Konfigurator», der am Schluss der Broschüre zu finden ist.

Sechs CAS-Lehrgänge und ein MAS-Master
Es stehen sechs CAS-Abschlüsse, zwei DAS-Hochschuldiplom-Abschlüsse zur Auswahl – und der Master-Abschluss in Corporate Writing & Digital Publishing.

DAS Hochschuldiplome
Die Voraussetzung für ein DAS – Diploma of Advanced Studies – sind zwei CAS-Studiengänge zu je 15 ECTS. So braucht es beispielsweise für das Hochschuldiplom «Digital Content Creation» im Voraus die zwei folgenden Studiengänge:

- CAS Corporate Writer – Content Creator
- CAS Digital Publisher – Social Media Producer.

Weitere DAS-Abschlüsse siehe www.textakademie.ch

STUDIENPRINZIPIEN GÜTESIEGEL SEIT 1998 STIFTUNG TEXT AKADEMIE

Persönlicher Lehrgangs-Konfigurator:

6 CAS Studiengänge, 30 Module, 10 Kompaktseminare, 1 MAS-Masterabschluss, 2 Diplomlehrgänge

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

Chefredaktion/Textchef, Leitung KI & CorpCom	Texter, Konzepter / UX Writer / Art Director	Publizistische Leitung, Leitung Suchmaschinenmarketing	Kommunikations-Spezialist für den digitalen Wandel (Transformation)

Titel des CAS-Lehrganges

CAS Corporate Writer – KI & Chatbot Producer Sie schreiben professionelle Reportagen, Portraits, Interviews usw., wissen viel zu «Design Thinking» und sind Chatbot Producer 15 ECTS, min. 600 Lekt., CHF 8'490.–	**CAS Marketing Writer – UX Writing** Plus Dual Degree Texterin / Texter mit Berufsprüfung zum eidg. Fachausweis 15 ECTS, max. 600 Lekt., CHF 6'950.–	**CAS Content Marketing & Customer Journey Executive** Content Curation, Storytelling- und SEO-Strategie, plus Google-Zertifizierung «GoogleAds / SMA» 15 ECTS, min. 600 Lekt., CHF 9'500.–	**CAS Digital Publisher – Social Media Producer** Strategie, Konzept und Text für Social Media. Digital Content mit Instagram Stories®; Produktion von Webvideos und Videobooks 15 ECTS, max. 600 Lekt., CHF 6'950.–

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 Google Trends und alternative Marktforschungs-Web-Tools u.a. für Storytelling-Planung
Teil 3.1 / Modul 3.1 Chatbot Production: Planung, Dialoge texten, Implementierung	**Teil 3 / Modul 3** User Experience Writer (UX Writing)	**Teil 3 / Modul 3** SEO, SEM / SEA plus Google Ads und Google Analytics: alles zu Suchmaschinen-Optimierung und -Marketing	**Teil 3 / Modul 3** Webvideo: Drehe deinen eigenen Corporate-Clip: Vom Storyboard, Dreh, Schnitt bis zur fertigen Vertonung
Teil 3.2 / Modul 3.2 Design Thinking			
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

STIFTUNG SCHWEIZERISCHE
TEXTAKADEMIE

SPRACHE UND MULTIMEDIA
TEXTEN FÜR KI & CHATBOTS
CORPCOM UND MARKETING

Schweizerische Text Akademie
Technopark Zürich, Büro NE 2012
Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich
Telefon 044 44519 35
info@textakademie.ch
www.textakademie.ch

Strategisches Influencer Marketing	Leitung Storytelling & Branding-Spezialist	**Diplomlehrgang** Grundlagen des professionellen Schreibens & Redigierens
CAS Influencer Management Mit der Kraft guter Geschichten zu starken Marken – und starken Persönlichkeiten 15 ECTS, max. 600 Lekt., CHF 8'950.–	**CAS Storytelling & Branding / Personal Branding** Mit der Kraft guter Geschichten zu starken Marken – und starken Persönlichkeiten 15 ECTS, max. 600 Lekt., CHF 6'950.–	**Professional Writing Workshop / Schreibwerkstatt** Vorkurs des CAS Corp. Writer; oder nach Zertifikatsprüfung und Vertiefungsseminar folgt Diplomprüfung 4 ECTS, max. 120 Lekt., CHF 2'199.– inkl. Diplompr. 150 Lekt., CHF 2'949.–
Teil 1 / Modul 1 Influencer Marketing: Grundlagen (Kommunikationsart, Nutzer, Kanäle)	**Teil 1 / Modul 1** Grundlagen des Storytelling: Planung und Umsetzung	**Teil 1 / Modul 1** Einführung
		Teil 2 / Modul 2 Basic
Teil 2 / Modul 2 Die vier verschiedenen Ebenen des Influencer Marketing: Unternehmen, Agenturen, Influencer, Medien.	**Teil 2 / Modul 2** Digital Storytelling und Personal Branding	**Teil 3 / Modul 3** Leserfreundlichkeit 1 Leserfreundlichkeit 2
Teil 2.1 / Modul 2.1 Influencer-Kampagnen für Unternehmen und ihre Erfolgsfaktoren		**Teil 4 / Modul 4** Logik
Teil 2.2 / Modul 2.2 Influencer-Kampagnen für Agenturen und ihre Erfolgsfaktoren	**Teil 3 / Modul 3** Handwerkliche Grundlagen: Zusammenspiel Text, Bild, Video	**Teil 5 / Modul 5** Präzision
Teil 2.3 / Modul 2.3 Influencer-Kampagnen aus der Sicht des Influencers		**Teil 6 / Modul 6** Anreiz
Teil 2.4 / Modul 2.4 Influencing und Fachjournalismus; Produktive Schnittstellen zwischen InflMark und Redaktion		**Teil 7 / Modul 7** Zusatzausbildung «Grundlagen im Texten für KI & Chatbots»
Teil 3 / Modul 3 Leistungsnachweis: CAS-Abschlussprüfungen	**Teil 4 / Modul 4** Leistungsnachweis: CAS-Abschlussprüfungen	**Teil 8 / Modul 8** Vertiefungsstudium und Diplomprüfung

Digital Fitness: Kompaktseminare / Best Practice

1. Texten für SEO und Google Ads (Adwords)
2. Digitales Texten für Web und Social Media
3. Texten für Digital Content Marketing und Storytelling
4. Design Thinking – die moderne Konzeptmethode
5. UX Writing – erlebnisorientiertes (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 inkl. E-Classroom-Arbeiten / Webinare
Preis: CHF 990.–
Ort: Zürich

swiss digital influencer academy
Diplomlehrgang Umwelt-Influencer / Content Creator
(mit eidg. Fachausweis möglich!)

- Vorkurs: Grundlagenfächer in Corporate Sustainability; Klima-Ziele und Umweltschutz; Umwelt-Journalismus
- 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 Fitness & Food Influencer Marketing
- Vertiefung Umweltjournalismus
- Diplomprüfungen

Umfang: 40 Tage Unterricht, 400 Lektionen (Workload)
Dauer: 6 Monate im Standard-Direktunterricht,
6 – 12 Monate im im Teilzeit oder Vollzeit-Fernstudium Live-Stream-Direktunterricht, Webinare, Video-Lektionen)
Preis: CHF 4'999.– in 10 Raten zahlbar
Austragungsorte: Zürich, Davos, Bern
Studienaufenthalte: Berlin;
Studienreisen sind nicht im Preis inbegriffen

Die Stiftung Text Akademie ist eine Partnerorganisation der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich

DAVOS SCIENCECITY

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 «Science City Davos».
www.textakademie.ch; www.sciencecity.ch;

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 professionelle Storytellers und Content-Marketing-Experten. Dank ihres innovativen Bildungsangebotes gehören sie in der Schweiz seit rund 20 Jahren zu den Branchenführern.

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.

Content Marketing Forum
Das Content Marketing Forum ist die Interessensgemeinschaft der führenden Mediendienstleister in Europa. Das Forum unterstützt offiziell die Studiengänge der Text Akademie. www.content-marketing-forum.com

STIFTUNG SCHWEIZERISCHE
TEXTAKADEMIE

SPRACHE UND MULTIMEDIA
TEXTEN FÜR KI & CHATBOTS
CORPCOM UND MARKETING

HWZ
Die Hochschule für Wirtschaft in Zürich

Schweizerische Text Akademie
Technopark Zürich
Technoparkstrasse 1
8005 Zürich

Telefon 044 445 19 35
info@textakademie.ch

www.textakademie.ch

Hochschule für Wirtschaft Zürich
Zürich Sihlhof
Lagerstrasse 5
8021 Zürich

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

www.fh-hwz.ch

06.01.2021 – LAUFNR. 04 | BILDMATERIAL: PHOTOCASE | ZAUBERSCHMETTERLING | KALLEJIPP | TILLA EULENSPIEGEL | DAVID-W