
Storytelling In Sozialen Medien So Landen Unterne

Content Marketing in der Praxis

Social Media

Narrative Des Risikos

Online-Marketing-Intelligence

Krieg der Narrative

Storytelling für Unternehmen

Storytelling in der viralen Markenkommunikation

Storytelling für Museen

It's Complicated

Connected Histories

Storyporting

Glaube in der digitalen Wende

Realisierung Utility 4.0 Band 2

Kultur - Wissen - Narration

Social Media Storytelling

Visual Storytelling

Marketing Weiterdenken

Futureskills for Leadership

Praxishandbuch City- und Stadtmarketing

Die Storytelling-Methode

African Football, Identity Politics and Global Media Narratives

Social-Media-Content

Sandbox Story, Lego Wars, Herr des Gras. Life is a Story - story.one

Writing on the Wall

Sportkommunikation in digitalen Medien

Digital Diversities

#YouthMediaLife & Friends

Storytelling

Equity Storytelling

Bilder, soziale Medien und das Politische

Narrative Wirtschaft

Narrative Medienforschung

Instagram-Journalismus

Die Führungskraft als Storyteller – Menschen inspirieren & die Welt verändern durch gute Geschichten

Instagram-Journalismus für die Praxis

PR für vegane und nachhaltige Produkte

Storytelling im UX-Design

Storytelling in Journalismus, Organisations- und Marketingkommunikation

Handbuch Social-Media-Marketing

Storytelling mit der 3-Akt-Struktur

Storytelling In
Sozialen Medien So
Landen Unterne
Downloaded
from
intra.itu.edu
by
guest

FARRELL DAVIES

Content Marketing in der Praxis GRIN Verlag
Führung wird in der Zukunft immer stärker kulturprägend und beispielgebend in Unternehmen sein. Wer als Manager künftig mitgestalten und erfolgreich sein will, braucht die Futureskills einer Führungskraft von heute und morgen. In diesem Praxisbuch wird im Rahmen einer lebendigen, nachvollziehbaren Handlung das Leben einer Führungskraft erzählt, die sich mit unterschiedlichen Veränderungen und Situationen konfrontiert sieht und umdenken muss. Durch die Beschäftigung mit den Futureskills kann jeder - von der langgedienten Führungskraft bis zu denen, die es erst noch werden wollen - herausfinden, welche dieser Fähigkeiten schon gut und erfolgreich gelebt werden und an welchen Knöpfen noch ein wenig gedreht werden kann, um sich fit zu machen für die eigene Führungszukunft.

Dieses Buch steht auf der Longlist des getAbstract International Book Awards 2021 Inhalte: - 8

Futureskills:
Selbstmanagement, Kommunikation, Sichtbarkeit, Empathie, Fehlerkultur, Change und Transformation, Motivation und Coaching - Erklärung der einzelnen Skills - Praxisbezug mit Methoden und Umsetzung - Praxistipps - Interviews mit Führungskräften vertiefen den Praxisbezug zu jedem Skill

Social Media BoD - Books on Demand
Im digitalen Zeitalter wird Kommunikation zu einer zentralen Ressource der Kriegsführung, wie der Russland-Ukraine-Konflikt zeigt: Die Kriegsparteien bedienen sich modernster Methoden strategischer Kommunikation, um den politischen und öffentlichen Diskurs in ihrem Sinne zu beeinflussen. In diesem "Krieg der Narrative" prallen widersprüchliche Sichtweisen aufeinander. Das stellt nicht nur das Publikum, sondern auch den qualitätsorientierten Journalismus vor besondere Herausforderungen - bei der Berichterstattung über die Kämpfe aus den

Kriegsgebieten, bei der Faktenprüfung und beim Quellenabgleich ebenso wie bei der Visualisierung der Berichte und Reportagen. Nicht nur die Kriegsparteien, auch der Kriegs- und Krisenjournalismus rüsten daher kommunikativ auf - etwa im Hinblick auf den Einsatz von Systemen der Künstlichen Intelligenz oder der Virtuellen Realität. Expert*innen aus Wissenschaft und Journalismus widmen sich in diesem Band ausführlich den Strategien und Methoden der Kriegskommunikation. Dabei analysieren sie das Vorgehen der ukrainischen und russischen Regierungen, aber auch die Kriegsberichterstattung und deren Wirkungen auf die Öffentlichkeit, die von Zweifeln an der journalistischen Objektivität oder einem nachlassenden Interesse geprägt sind.
Narrative Des Risikos
Springer-Verlag
Chronicles social media over two millennia, from papyrus letters that Cicero used to exchange news across the Empire to today, reminding us how modern behavior echoes that of prior centuries and

encouraging debate and discussion about how we'll communicate in the future.

Online-Marketing-Intelligence UVK Verlag Social-Media-Content professionell zu managen, ist für Journalisten, PR-, Medien- und Marketingspezialisten eine neue Schlüsselqualifikation. Dieses Buch zeigt, wie Content zielgruppengerecht generiert und eingesetzt wird. Es erklärt, wie Sie Social-Media- Content-Kampagnen planen und umsetzen können und dass die Qualität des Contents letztlich über den Erfolg entscheidet. Fallanalysen, über 50 Unternehmensbeispiele sowie 130 Farb- und S/W-Abbildungen machen das Buch zu einem nützlichen Begleiter für Studierende und alle, die beruflich Social-Media-Content erstellen.

Krieg der Narrative

O'Reilly

Digital Diversities is a groundbreaking interdisciplinary study of the social, social-psychological, philosophical and political ramifications of the 'digital turn' in human affairs. Focusing, in particular, on connections between the saturation of

everyday life by digital communication technologies and 21st century global mobility, it offers fresh and original accounts of the interface between online communication practices and the negotiation of increasingly complex social experience. It provides critical studies of, among other things, the consequences of the widespread shift to remote rather than embodied relationships, the day-to-day management of intercultural encounters in unprecedentedly diverse social settings, new and emerging forms of political expression and cultural diplomacy, and the relationship between posthuman ideology and the 'googleisation of everything'. As such, Digital Diversities is a timely and thought-provoking contribution to the expanding field of studies of the abrupt, and still poorly understood, transformation of everyday life in the early 21st century by the gadgets and communication platforms of the digital global hive. Storytelling für Unternehmen O'Reilly Selina Bettendorf bietet Social-Media-Redakteuren

einen einfachen und praktischen Leitfaden, wie sie professionellen Instagram-Journalismus betreiben können. Instagram ist eine Social-Media-Plattform, auf der Bilder und Videos auf einer Startseite (Feed) und in einem neuen Storyformat geteilt werden und die vor allem von jungen Menschen genutzt wird. Die Anzahl der Nutzer wächst rasant; so wird Instagram in der Zukunft des Journalismus eine ausschlaggebende Rolle spielen. Die Autorin thematisiert deshalb, wie Instagram-Beiträge im Feed möglichst viele Menschen erreichen und wie sich Medienunternehmen erfolgreich auf der Plattform präsentieren können. Außerdem erklärt sie, wie qualitativ hochwertiger Journalismus in den Instagram-Stories funktioniert und wie aus Instagram-Followern regelmäßige Besucher der Homepage oder E-Paper-Leser werden können. Die Autorin: Selina Bettendorf ist Absolventin des Masterstudiengangs Medien-Ethik-Religion an der FAU Erlangen-Nürnberg und arbeitet nun als Volontärin bei einer Berliner Tageszeitung. Storytelling in der viralen

Markenkommunikation

Taylor & Francis

Dieses Buch vermittelt einen umfassenden Überblick über die Arbeitsweise, die Aufgaben, die Möglichkeiten und das Berufsbild des City- und Stadtmarketings. Renommierte Autoren führen die Erkenntnisse verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen und praktische Erfahrungen des City- und Stadtmarketings zusammen. Das Buch richtet sich an all jene, die sich dem Berufsfeld widmen wollen, ebenso wie an erfahrene haupt- oder ehrenamtlich tätige Praktiker aus dem Stadtmarketing. Vertreter der lokalen Politik und der Verwaltung sowie der Vereine erhalten ein wertvolles Nachschlagewerk.

Storytelling für Museen

Cambridge Scholars Publishing

Dieses Buch bietet einen praktischen Leitfaden für Journalismus auf Instagram. Es gibt sowohl die Grundlagen für Instagram-Journalismus, als auch Tipps und Tricks für Profis. Deshalb spielt es keine Rolle, ob die Leserin oder der Leser mit der Plattform schon vertraut ist oder noch

nicht. Instagram ist die Plattform, um junge Menschen zu erreichen. Es wird erklärt, wie durch gute Inhalte auf der Plattform aus Instagram-Followern regelmäßige Besucher*innen der Homepage oder E-Paper-Leser*innen werden können. Zusätzlich gibt es Anleitungen für die Community-Arbeit und Ideen, wie Instagram als Recherchequelle genutzt werden kann. Außerdem bietet das Buch praktische Informationen für TV- und Radiojournalist*innen und eine Einführung in Instagram für die Öffentlichkeitsarbeit. It's Complicated Springer-Verlag

Gute Geschichten ziehen uns in ihren Bann, bewegen uns und bleiben uns in Erinnerung. Wer etwas zu sagen hat, tut deshalb gut daran, Geschichten zu erzählen. Das erkennen auch immer mehr Kommunikationsprofis aus Marketing und PR: Mit rein rational vermittelten Informationen finden sie bei ihren Zielgruppen deutlich schwerer Gehör als mit Stories, die Kopf und Herz ansprechen. Das war schon immer so, und es gilt ganz besonders in Zeiten, in denen digitale Medien so viele neue

Möglichkeiten für Unternehmen und Marken bereithalten. Storytelling hat sich deshalb in den letzten Jahren zu einer der erfolgreichsten Techniken moderner Unternehmenskommunikation entwickelt. Dass es nicht bloß ein Modebegriff für etwas Altbekanntes ist, sondern eine Kunst, die zu beherrschen sich lohnt, beweist Petra Sammer in diesem Buch – unterhaltsam, praxisnah, mit vielen Tipps und Checklisten. Die Bausteine einer guten Geschichte: Jede gute Geschichte ist anders, aber ein paar Dinge haben alle gemeinsam: einen Grund, erzählt zu werden, einen Helden, einen zu lösenden Konflikt, Emotionen und Viralität. Mit Geschichten zur sinnstiftenden Marke: Ob Unternehmensgeschichte, Markengeschichte oder Produktgeschichte: Finden Sie zunächst das tiefere Anliegen Ihrer Story. Es hängt in der Regel eng mit Ihrer Positionierung zusammen. Transmediales Storytelling - Geschichten im Netz: Die Erzählweisen werden vielfältiger: Sie können Ihre Geschichten heute transmedial, offen, flexibel, nichtlinear und experimentierfreudig

erzählen – und Ihr Publikum dabei einbeziehen. Einprägsames und emotionales Erzählen: Verstehen Sie die Grundemotionen und neuronalen Auslöser, und erzeugen Sie Emotionen gezielt in Wort, Ton und Bild. Mit Kreativtechniken zu starken Stories: Gute Geschichten zu finden, ist keine Zauberei. Erprobte Techniken helfen Ihnen – vom intelligenten Fragen und Zuhören über Perspektivwechsel bis hin zu Story-Workshops mit dem Team.

Connected Histories
transcript Verlag
Eine gute Story macht ein Unternehmen greifbar. Sie regt die Fantasie an. Denn der Mensch liebt Geschichten. Bei Unternehmenstransaktionen ist eine spannende Equity Story ein mächtiger Hebel, den Wert zu erhöhen. Der Preis steigt, wenn Investoren, Investmentbanker und Business Angels die Equity Story im Wortsinn abkaufen. Umso erstaunlicher ist: Viele Verkäufer von Unternehmensanteilen verzichten darauf, die Mittel des Storytellings für ihre Zwecke zu nutzen. Dabei gilt auch im Kontext von Mergers &

Acquisitions, Private Equity und Venture Capital: Eine gute Equity Story ist mehr als glänzende Power Point-Präsentationen, optimistische Zahlungsströme und komplexe Excel-Sheets. Equity Storytelling ist kreatives Handwerk, verbunden mit analytisch-strategischer Grundkompetenz. Das Standardwerk für alle, die Unternehmen oder Unternehmensteile kaufen und verkaufen. Storyporting Bloomsbury Publishing USA
Ideen, Inspirationen und Erkenntnisse aus dem traditionellen Storytelling für next-level UX-Design
Erfolgreich Methoden, Werkzeuge und Techniken des Storytelling auf Produktdesign anwenden
Mit vielen anschaulichen Beispielen und praxisnahen Übungen
Ohne abgelutschte Vergleiche und mit dem nötigen Tiefgang
Angesichts der Vielfalt der heutigen Geräte, Schnittstellen und Kanäle haben Sie immer weniger Kontrolle darüber, wie Nutzer*innen Ihre sorgfältig konzipierten Produkte erleben.
Trotzdem ist es für Sie sehr wichtig zu verstehen, an welchen Punkten der User Journey Ihre Kunden

sich befinden, damit Sie die passenden Inhalte und interaktiven Elemente zur richtigen Zeit und auf dem richtigen Gerät bereitstellen können. Mit diesem praktischen Leitfaden lernen Sie, welchen positiven Einfluss Storytelling auf Ihr Produktdesign haben kann und wie es Ihnen dabei hilft, die UX Ihrer Produkte entscheidend zu verbessern. Anna Dahlström zeigt Ihnen anhand zahlreicher spannender Beispiele, wie Sie Storytelling einsetzen und bewährte Prinzipien aus Film und Literatur wie Heldenreise und Storyboards anwenden, um großartige Produkterfahrungen zu erzeugen. - Erfahren Sie, wie die Anatomie einer guten Geschichte Ihr Produktdesign maßgeblich verbessern kann. - Entdecken Sie, wie sich traditionelle Prinzipien, Werkzeuge und Techniken des Storytellings auf wichtige Faktoren des Produktdesigns auswirken. - Lernen Sie, wie Sie mit zielgerichtetem Storytelling die richtige Geschichte erzählen und Menschen zum Handeln motivieren. - Nutzen Sie die Regeln des Storytellings, um Ihre Produkte vorzustellen, zu

präsentieren und zu verkaufen.

Glaube in der digitalen Wende Springer-Verlag

This volume showcases interdisciplinary research on young people's media lifeworlds originating from the research platform #YouthMediaLife at the University of Vienna and its first international conference in 2021. From big questions about our research practices during pandemic times to smaller data sets focusing on specific platforms and historical or geographical particularities, the volume constitutes a diverse collection with a broad thematic heading and, as such, demonstrates the range and scope of this research field. It offers to its readers the opportunity to learn about broader approaches to interdisciplinary research and provides case studies that are very specific in their focus and illustrate irritations and concerns with contemporary media practices.

Realisierung Utility 4.0

Band 2 transcript Verlag

Offering a radical new toolbox for digital storytellers, this key text contains everything today's media practitioners need to know about conceptualising, editing

and producing stories for online platforms and audiences. This book teaches readers practical skills for increasing their reach online, strengthening their personal brand and improving follower counts across the social web, including main platforms such as Twitter, Snapchat, TikTok, Instagram and Facebook. Encouraging a DIY approach, the authors guide readers through various platforms and reveal which are best suited to their users and how to customise stories for different channels. Topics covered include storytelling with smartphones (iOS and Android), storyboarding, framing, sequencing, shooting and editing high-quality content, and evaluating the success of content and campaigns. Contributions from five industry experts expand on privacy, community building and collaboration. The book concludes by looking to the future of social media storytelling, with industry professionals offering predictions for trends to watch out for. Social Media Storytelling is an essential resource for students of mobile and multimedia journalism, digital media and media

marketing, as well as for professionals who want to learn how to create compelling content and tell impactful brand stories. The book also features accompanying online exercises.

Kultur - Wissen - Narration transcript Verlag

The World Wide Web (WWW) and digitisation have become important sites and tools for the history of the Holocaust and its commemoration. Today, some memory institutions use the Internet at a high professional level as a venue for self-presentation and as a forum for the discussion of Holocaust-related topics for potentially international, transcultural and interdisciplinary user groups. At the same time, it is not always the established institutions that utilise the technical possibilities and potential of the Internet to the maximum. Creative and sometimes controversial new forms of storytelling of the Holocaust or more traditional ways of remembering the genocide presented in a new way with digital media often come from people or groups who are not in the realm of influence of the large

memorial sites, museums and archives. Such "private" stagings have experienced a particular upswing since the boom of social media. This democratisation of Holocaust memory and history is crucial though it is as yet undecided how much it will ultimately reinforce old structures and cultural, regional or other inequalities or reinvent them. The "Digital space" as an arbitrary and limitless archive for the mediation of the Holocaust spanning from Russia to Brazil is at the centre of the essays collected in this volume. This space is also considered as a forum for negotiation, a meeting place and a battleground for generations and stories and as such offers the opportunity to reconsider the transgenerational transmission of trauma, family histories and communication. Here it becomes evident: there are new societal intentions and decision-making structures that exceed the capabilities of traditional mass media and thrive on the participation of a broad public.

Social Media Storytelling
Springer-Verlag
Die Autorinnen und

Autoren des Sammelbandes beschäftigten sich damit, wie Storytelling im Journalismus und in der Organisations- sowie der Marketingkommunikation wirkt. Dabei gehen sie der Frage nach, ob es auch Unterschiede gibt, die je nach beruflicher Praxis zu beachten sind.

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus drei Hochschulen haben dafür ihr Wissen zusammengetragen und präsentieren auch empirische Ergebnisse aus ihrer Forschung. Zudem erlaubt sich der Band einen Ausflug in die Wirkung von Storytelling als Betrugswerkzeug, zur Wirkung von Wortbedeutungen in Storytellingtexten und in die Welt der politischen Mythen.

Visual Storytelling

Plassen Verlag
Gleichgültig, wie spannend ein Thema ist: Die Art der Vermittlung entscheidet darüber, ob es verstanden wird. Museen stehen dabei vor einem grundlegenden Dilemma: Sie müssen einerseits wissenschaftlichen Ansprüchen genügen, andererseits ihre Inhalte einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen. Eine Lösung für

dieses Problem bietet Storytelling - eine Kommunikationstechnik, die Inhalte mit Hilfe von klassischen Erzählmustern vermittelt. Andrea Kramper beleuchtet anhand von Erkenntnissen aus der Museologie sowie den Kognitions- und Kommunikationswissenschaften die Herausforderungen und das Potenzial des Storytellings und zeigt, wie Museen hiervon profitieren können.
Marketing Weiterdenken
Springer-Verlag
Dieses Fachbuch zeigt konkret, wie die neue Kommunikationsform Content-Marketing erfolgreich im Unternehmen implementiert werden kann. Es werden die Voraussetzungen geklärt sowie ein praktikabler Leitfaden zur Umsetzung entwickelt. Best-Practice-Beispiele aus einer Vielzahl von Branchen veranschaulichen den Weg, wie dieser neuer Vermarktungs-Ansatz, der die Inhalte und Kompetenzen des Produkthanbieters in den Vordergrund stellt, die Marketing- und Sales-Kommunikation erfolgreich beleben kann.
Futureskills for Leadership
Springer-Verlag
This edited volume

addresses key debates around African football, identity construction, fan cultures, and both African and global media narratives. Using the 2010 FIFA World Cup in South Africa as a lens, it explores how football in Africa is intimately bound up with deeper social, cultural and political currents.

Praxishandbuch City- und Stadtmarketing

Springer-Verlag
Politische Diskurse vollziehen sich zunehmend visuell. Auch haben Phänomene wie politisch motivierte Hacks, »Filter-Blasen« oder twitternde Politiker*innen längst Einzug in öffentliche Debatten gehalten. Die Rolle und

Veränderung »politischer« Bilder in den sozialen Medien wirft zahlreiche Fragen auf, etwa: Wie äußern sich die Wahrnehmungsweisen und die Bildpraktiken von User*innen? Wie werden rechtspopulistische Ideologien über Bilder verbreitet? Die Beiträger*innen des transdisziplinären Bandes widmen sich diesen Fragen und beleuchten das wechselseitige Verhältnis von Bildern, sozialen Medien und dem Politischen aus verschiedenen Perspektiven und unter Rückgriff auf empirisches Material.

Die Storytelling-Methode
Waxmann Verlag
Der Band unternimmt

eine kritische Revision und transdisziplinäre Weiterentwicklung aktueller narratologischer und kulturwissenschaftlicher Ansätze. Im Fokus der Beiträge stehen zum einen Fragen nach der Relevanz des Erzählens und der Narratologie sowie nach den Möglichkeiten ihrer kulturwissenschaftlichen Profilierung. Zum anderen wird das Potenzial narrativistischer ausgerichteter kulturwissenschaftlicher Forschung ausgelotet. Dabei wird den kulturellen Funktionen des Erzählens in den Wissenschaften, in Literatur, Film und Kunst sowie der Alltagskultur nachgegangen.

Best Sellers - Books :

- [To Kill A Mockingbird By Harper Lee](#)
- [Taylor Swift: A Little Golden Book Biography](#)
- [Leigh Howard And The Ghosts Of Simmons-pierce Manor](#)
- [My First Learn-to-write Workbook: Practice For Kids With Pen Control, Line Tracing, Letters, And More! By Crystal Radke](#)
- [Ugly Love: A Novel](#)
- [Hello Beautiful \(oprah's Book Club\): A Novel By Ann Napolitano](#)
- [Regretting You](#)
- [The Four Agreements: A Practical Guide To Personal Freedom \(a Toltec Wisdom Book\) By Don Miguel Ruiz](#)
- [Bluey And Bingo's Fancy Restaurant Cookbook: Yummy Recipes, For Real Life](#)
- [Dark Future: Uncovering The Great Reset's Terrifying Next Phase \(the Great Reset Series\)](#)