

## **Beschrijving van het onderwijs**

# **Communicatie 2024-2025**

(H9 uit de Onderwijs- en examenregeling voor Bacheloropleidingen)

# Inhoud

<b>9</b>	<b>Beschrijving van het onderwijs (de cursusbeschrijvingen)</b> .....	<b>3</b>
	Samenstelling propedeutische fase (voltijd) .....	3
	Samenstelling post-propedeutische fase (voltijd) .....	4
	Samenstelling Honoursprogramma .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
9.1	<i>Cursussen van de propedeuse</i> .....	8
	A-cluster .....	8
	B-cluster .....	26
9.2	<i>Cursussen van de postpropedeuse</i> .....	50
	C-Cluster .....	50
	D-Cluster .....	60
	E-Cluster .....	75
	G-Cluster .....	75
	H-Cluster .....	82
9.3	<i>Minoren van de opleiding</i> .....	86
9.4	Afstudeerrichtingen .....	108
9.5	Honours- en talentenprogramma's en premasters .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
9.5.3	Premaster .....	108
9.6	<i>Deeltijdse en/of duale inrichtingsvorm</i> .....	108
9.6.1	Deeltijdse inrichtingsvorm .....	108
9.6.2	Duale inrichtingsvorm .....	108
9.7	<i>Trajecten met bijzondere eigenschap</i> .....	108
9.7.1	Versneld traject .....	108
9.7.2	Verkort traject .....	108
9.7.3	Verkort traject van associate degree naar bachelorgraad .....	108
9.7.4	Traject voor topsporters .....	108
9.7.5	D-stroom .....	108
9.7.6	Gecombineerd traject .....	108
9.7.7	Overig traject met bijzondere eigenschap .....	108

## 9 Beschrijving van het onderwijs (de cursusbeschrijvingen)

In hoofdstuk 9 (H9) is het onderwijs van jouw opleiding beschreven in de vorm van een curriculumoverzicht en beschrijving van de cursussen, te beginnen bij de cursussen van de propedeuse, daarna die van de postpropedeuse, waarbij ook is aangegeven of er sprake is van keuze cursussen, en tot slot die van de minoren. Daarna zijn de cursussen beschreven van de extra programma's.

### Samenstelling propedeutische fase (voltijd)

Hieronder staat een schematisch overzicht waarin je in een oogopslag kunt zien hoe de opleiding in elkaar zit en welke onderwijsseenheden bij deze fase van de opleiding horen.

Voor studenten gestart met de propedeuse **vanaf** september 2022

Voltijd	A-cluster	B-cluster
Propedeuse Niveau 1  60 stp	<a href="#">Merkenbouwer Kennis</a> 2,5 studiepunten	<a href="#">Contentmaker Kennis</a> 2,5 studiepunten
	<a href="#">Merkenbouwer Integraal</a> 5 studiepunten	<a href="#">Contentmaker Integraal</a> 5 studiepunten
	<a href="#">Webweter Kennis</a> 2,5 studiepunten	<a href="#">Woordvoerder Kennis</a> 2,5 studiepunten
	<a href="#">Webweter Integraal</a> 5 studiepunten	<a href="#">Woordvoerder Integraal</a> 5 studiepunten
	<a href="#">Mediakenner Kennis</a> 2,5 studiepunten	<a href="#">Campagnemaker Kennis</a> 2,5 studiepunten
	<a href="#">Mediakenner Integraal</a> 5 studiepunten	<a href="#">Campagnemaker Project</a> 7,5 studiepunten
	<a href="#">Organisatieontdekker Kennis</a> 2,5 studiepunten	<a href="#">Campagnemaker Onderzoekende houding</a> 2,5 studiepunten
	<a href="#">Organisatieontdekker Integraal</a> 5 studiepunten	<a href="#">De Professional</a> 2,5 studiepunten

Alleen voor studenten gestart in de periode **vanaf** september 2017 t/m februari 2022

Voltijd	A-cluster	B-cluster
Propedeuse Niveau 1  60 stp	<a href="#">Merkenbouwer Kennis</a> 2,5 studiepunten	<a href="#">Contentmaker Kennis</a> 2,5 studiepunten
	<a href="#">Merkenbouwer Integraal</a> 5 studiepunten	<a href="#">Contentmaker Integraal</a> 5 studiepunten
	<a href="#">Webweter Kennis</a> 2,5 studiepunten	<a href="#">Woordvoerder Kennis</a> 2,5 studiepunten
	<a href="#">Webweter Integraal</a> 5 studiepunten	<a href="#">Woordvoerder Integraal</a> 5 studiepunten
	Doelgroepkenner Kennis 2,5 studiepunten	Onderzoeker 1 5 studiepunten
	<a href="#">Doelgroepkenner Integraal</a> 5 studiepunten	Onderzoeker 2 7,5 studiepunten
	<a href="#">Organisatieontdekker Kennis</a> 2,5 studiepunten	<a href="#">De Professional</a> 2,5 studiepunten
	<a href="#">Organisatieontdekker Integraal</a> 5 studiepunten	Integrale Toets 1 Proeve van Bekwaamheid

## Samenstelling post-propedeutische fase (voltijd)

Hieronder staat een schematisch overzicht waarin je in een oogopslag kunt zien hoe de opleiding in elkaar zit en welke onderwijseenheden bij deze fase van de opleiding horen.

Voor studenten gestart met de hoofdfase **vanaf** september 2024

Voltijd			stp
Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
60 stp	<a href="#">Overheidsproject</a> 16 studiepunten	<a href="#">Adviesbureau</a> 10,5 studiepunten	
		<a href="#">CO Bureau</a> 7,5 studiepunten	
	<a href="#">Startweek en de Professional</a> * 3 studiepunten		
	<a href="#">Praktijkgerichte Online Communicatie</a> 12,5 studiepunten	<a href="#">Communicatieve Organisatie</a> 10,5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
60 stp	<a href="#">Stage Nederland / buitenland</a> 30 studiepunten	<a href="#">Minor / studie buitenland</a> 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	<a href="#">De Community</a> 30 studiepunten	<a href="#">Afstudeerproject</a> 30 studiepunten	

\* Het C en D cluster bestaan beiden uit 28,5 studiepunten exclusief Startweek en de Professional. Startweek en de Professional bestaat uit 3 studiepunten. De onderwijsactiviteiten van deze OWE vinden plaats gedurende het gehele studiejaar maar vallen organisatorisch onder het D cluster. Daarmee komt het totaal van het D cluster uit op 31,5 studiepunten inclusief Startweek en de Professional.

Voor studenten gestart met de hoofdfase **tussen** september 2023 en februari 2024

Voltijd			stp
Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
60 stp	<a href="#">Overheidsproject</a> 16 studiepunten	<a href="#">Adviesbureau</a> 10,5 studiepunten	
		<a href="#">CO Bureau</a> 7,5 studiepunten	
	<a href="#">Startweek en de Professional</a> * 3 studiepunten		
	<a href="#">Praktijkgerichte Online Communicatie</a> 12,5 studiepunten	<a href="#">Communicatieve Organisatie</a> 10,5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60

60 stp	<a href="#">Stage Nederland / buitenland</a> 30 studiepunten	<a href="#">Minor / studie buitenland</a> 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	<a href="#">Onderzoekend Vermogen</a> 5 studiepunten	<a href="#">Afstudeerproject</a> 30 studiepunten	
	<a href="#">De Community</a> 25 studiepunten		

\* Het C en D cluster bestaan beiden uit 28,5 studiepunten exclusief Startweek en de Professional. Startweek en de Professional bestaat uit 3 studiepunten. De onderwijsactiviteiten van deze OWE vinden plaats gedurende het gehele studiejaar maar vallen organisatorisch onder het D cluster. Daarmee komt het totaal van het D cluster uit op 31,5 studiepunten inclusief Startweek en de Professional.

Voor studenten gestart met de hoofdfase **tussen** september 2022 en februari 2023

Voltijd			stp
Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
60 stp	<a href="#">Overheidsproject</a> 16 studiepunten	<a href="#">Adviesbureau</a> 10,5 studiepunten	
		<a href="#">CO Bureau</a> 7,5 studiepunten	
	<a href="#">Bootcamp*</a> 3 studiepunten		
	<a href="#">Stage Online</a> 12,5 studiepunten	<a href="#">Communicatieve Organisatie</a> 10,5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
60 stp	<a href="#">Stage Nederland / buitenland</a> 30 studiepunten	<a href="#">Minor / studie buitenland</a> 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	<a href="#">Onderzoekend Vermogen</a> 5 studiepunten	<a href="#">Afstudeerproject</a> 30 studiepunten	
	<a href="#">De Community</a> 25 studiepunten		

\* Het C en D cluster bestaan beiden uit 28,5 studiepunten exclusief de Bootcamp. De Bootcamp bestaat uit 3 studiepunten. De onderwijsactiviteiten van deze OWE vinden plaats gedurende het gehele studiejaar maar vallen organisatorisch onder het D cluster. Daarmee komt het totaal van het D cluster uit op 31,5 studiepunten inclusief de Bootcamp.

Voor studenten gestart met de hoofdfase **tussen** september 2019 en februari 2022

Voltijd			stp
Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
60 stp	<u>Non Profit</u> 8 studiepunten	<u>Adviesbureau</u> 10,5 studiepunten	
	<u>Non Profit</u> 8 studiepunten	<u>CO Bureau</u> 7,5 studiepunten	
	<u>Bootcamp*</u> 3 studiepunten		
	<u>Stage Online</u> 12,5 studiepunten	<u>Internationale Marketing en Communicatie</u> 10,5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
60 stp	<u>Stage Nederland / buitenland</u> 30 studiepunten	<u>Minor / studie buitenland</u> 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	<u>Onderzoekend Vermogen</u> 7,5 studiepunten	<u>Afstudeerproject</u> 30 studiepunten	
	<u>Keuzemodule</u> 22,5 studiepunten		

\* Het C en D cluster bestaan beiden uit 28,5 studiepunten exclusief de Bootcamp. De Bootcamp bestaat uit 3 studiepunten. De onderwijsactiviteiten van deze OWE vinden plaats gedurende het gehele studiejaar maar vallen organisatorisch onder het D cluster. Daarmee komt het totaal van het D cluster uit op 31,5 studiepunten inclusief de Bootcamp.

Voor studenten gestart met de hoofdfase **vóór** september 2019

Voltijd			stp
Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
60 stp	<u>Mediaproductie – CMDV</u> 12,5 studiepunten	<u>Pijlers van Communicatie– DCPV</u> 20 studiepunten	
	<u>Kwalitatief Onderzoek – COZ1V</u> 10 studiepunten	<u>Communicatie game – DGMV</u> 5 studiepunten	
	<u>Taal &amp; Cultuur TC3V-TCO1AV</u> 7,5 studiepunten	<u>Taal &amp; Cultuur TC4V – TCO1BV</u> 5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
60 stp	<a href="#">Stage Nederland / buitenland</a> 30 studiepunten	<a href="#">Minor / studie buitenland</a> 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	<u>Campagne Project – GCA-TUT</u> 7,5 studiepunten	<u>Afstudeeropdracht</u> 30 studiepunten	
	<u>Keuzemodule- GKM</u> 22,5 studiepunten	<i>of</i> <a href="#">Afstudeerproject</a> 30 studiepunten	

*Of*

Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
60 stp	<u>Mediaproductie – CMD</u> 15 studiepunten	<u>Pijlers van Communicatie– DCP</u> 17,5 studiepunten	
	<u>Kwalitatief Onderzoek – COZ1</u> 10 studiepunten	<u>Communicatie game – DGM</u> 7,5 studiepunten	
	<u>Taal &amp; Cultuur TCO 1A &amp; 2A</u> 5 studiepunten	<u>Taal &amp; Cultuur TCO 1B &amp; 2B</u> 5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
60 stp	<a href="#">Stage Nederland / buitenland</a> 30 studiepunten	<a href="#">Minor / studie buitenland</a> 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	<u>Onderzoekend Vermogen - GOV</u> 7,5 studiepunten	<u>Afstudeeropdracht</u> 30 studiepunten	
	<u>Keuzemodule- GKM</u> 22,5 studiepunten	<i>of</i> <a href="#">Afstudeerproject</a> 30 studiepunten	

## 9.1 Cursussen van de propedeuse

### A-cluster

#### Merkenbouwer Kennis MERKKE03

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Merkenbouwer Kennis
Naam cursus lang Engelstalig	The brand designer theory
Naam cursus kort Nederlandstalig	Merkenbouwer Kennis
Naam cursus kort Engelstalig	The brand designer theory
Code cursus	MERKKE03
Onderwijsperiode	P1N
Studiepunten	2,5 EC
Studielast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen cursus	Geen
Algemene omschrijving	<p>Student toont kennis van en inzicht in:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• de waarde en functies van merken zoals geformuleerd door Floor, van Raaij &amp; Bouwman (2020).</li> <li>• de basisstappen van een positioneringsstrategie zoals geformuleerd in het MDC-model door Riezebos &amp; van Grinten (2018).</li> <li>• de basisstappen van een marketingcommunicatieplan zoals geformuleerd door Floor, van Raaij &amp; Bouwman (9<sup>e</sup> druk).</li> </ul> <p>Deze cursus hangt samen met de cursus Merkenbouwer integraal.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>3. Kennen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Corporate communicatie</li> <li>– Marketingcommunicatie</li> </ul>
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Teams
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Teams
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Merkenbouwer
Naam Engelstalig	The Brand Designer Theory
Code OSIRIS	TOETS-01



<b>Beoordelingscriteria</b>	Student toont in een kennistentamen kennis van en inzicht in: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingcommunicatiestrategie Floor, Van Raaij &amp; Bouwman (9e druk).</li> <li>• Het MDC-model van Riezebos &amp; Van der Grinten.</li> </ul>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmoment</b>	P1N
<b>Herkansing</b>	P2N
<b>Duur tentamen</b>	60 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

## Merkenbouwer Integraal MERKIN02

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Merkenbouwer Integraal
Naam cursus lang Engelstalig	The brand designer Integrated
Naam cursus kort Nederlandstalig	Merkenbouwer Integraal
Naam cursus kort Engelstalig	The brand designer integrated
Code cursus	MERKIN02
Onderwijsperiode	P1N
Studiepunten	5 EC
Studielast in uren	140
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen cursus	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Je analyseert bij de Merkenbouwer Integraal een merk, de doelgroep en de concurrentie, om te komen tot een onderscheidende positionering. Vanuit de positionering formuleer je marcom-doelstellingen op het niveau van kennis, houding en gedrag.</p> <p>Dit merkplan vertaalt je bij schrijfvaardigheid in een reclameverhaal. Bij design vertaalt je het merkplan in een bijpassende poster, billboard of abri.</p> <p>Daarnaast schrijf je bij de lessen Engels een analyse van het brand design. Tot slot onderzoek je bij de professional jouw eigen kernwaarden en identiteit en formuleer je aan de hand van dit zelfonderzoek jouw merkessentie.</p> <p>Deze cursus hangt samen met de cursus Merkenbouwer Kennis.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koers bepalen</li> <li>o <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept.</b></li> <li>- Realiseren</li> <li>o <b>Creëren relevante content</b> (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> </ul> <p><b>3. Kennen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corporate Communicatie</li> <li>- Marcom &amp; Accountability</li> <li>- Onderzoekend vermogen</li> <li>- (Beeld)taal</li> </ul> <p><b>4. Kunnen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoek</li> <li>- (Beeld)taal</li> </ul>

<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.		
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	n.v.t.		
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.		
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Tentaminering</b>			
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Merkplan	Schrijfvaardigheid Merkenbouwer	Visualiseren poster
<b>Naam Engelstalig</b>	Branding Plan	The Brand Designer writing skills	Design
<b>Code (deel)tentamen OSIRIS</b>	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Merkplan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een volledige analyse van merk, doelgroep en concurrentie</li> <li>• Een bijpassende positionering</li> <li>• Positionering omgezet in bijpassende marcom-doelstellingen</li> </ul> <p>Schrijfvaardigheid Merkenbouwer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Met behulp van kennis over storytelling, doelgroepgericht en beeldend schrijven kan de student voor een merk met een gegeven positionering een herkenbaar, geloofwaardig en foutloos reclameverhaal creëren.</li> </ul> <p>Visualiseren Poster</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student vertaalt de bevindingen uit het merkplan door naar een poster, billboard of abri waarin de huisstijl en positionering duidelijk herkenbaar zijn.</li> </ul>		
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-O	KENN-O	PROD-O
<b>Tentamentype</b>	Project	BYOD ANS	Project
<b>Weging deeltentamen</b>	60%	15%	25%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P1N Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7	P1N	P1N Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7
<b>Herkansing</b>	Binnen het semester i.o.m. de docenten	P2N	Binnen het semester i.o.m. de docenten
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	120 minuten	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Loskoppeling volgorde schrijfvaardigheid en design. Naam TOETS-01 Positionering + marketingcommunicatieplan is gewijzigd in Merkplan. Naam TOETS-03 Storyboard is gewijzigd in Visualiseren Poster.		

## Webweter Kennis WEBWKE01

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Webweter Kennis
Naam cursus lang Engelstalig	The internet explorer theory
Naam cursus kort Nederlandstalig	Webweter Kennis
Naam cursus kort Engelstalig	The internet explorer theory
Code cursus	WEBWKE01
Onderwijsperiode	P1N
Studiepunten	2,5 EC
Studielast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Bij de Webweter leert de student het frame van websites bouwen en rekening houden met een online marketing context. De student krijgt kennis en begrip op de volgende thema's:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> <li>• Online marketing</li> <li>• Online marketingcommunicatie</li> <li>• AIDA</li> <li>• Cialdini</li> <li>• HTML</li> <li>• CMS</li> <li>• Zoekmachinemarketing</li> <li>• Conversie-optimalisatie</li> <li>• Digital analytics</li> </ul> <p>Bij de Contentmaker gaat de student dieper in op content en de rol van de website in klantreis en strategie van de organisatie.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>3. Kennen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Marketing communicatie</li> <li>– Online communicatie</li> </ul>
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Teams
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Teams
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Webweter

<b>Naam Engelstalig</b>	The Internet Explorer theory
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Je hebt kennis en begrip op de volgende thema's:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> <li>• Online marketing</li> <li>• Online marketingcommunicatie</li> <li>• AIDA</li> <li>• Cialdini</li> <li>• HTML</li> <li>• CMS</li> <li>• Zoekmachinemarketing</li> <li>• Conversie-optimalisatie</li> <li>• Digital analytics</li> </ul> <p>Alle onderwerpen komen aan bod met Online Marketing als overkoepelende thema.</p>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P1N
<b>Herkansing</b>	P2N
<b>Duur tentamen</b>	60 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

## Webweter Integraal WEBWIN01

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Webweter Integraal
Naam cursus lang Engelstalig	The internet explorer integrated
Naam cursus kort Nederlandstalig	Webweter Integraal
Naam cursus kort Engelstalig	The internet explorer integrated
Code cursus	WEBWIN01
Onderwijsperiode	P1N
Studiepunten	5 EC
Studielast in uren	140
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Tijdens deze cursus maak je een eigen website met WordPress als content managementsysteem. De webteksten zijn doelgroepgericht, passend bij het medium en SEO-proof.</p> <p>Bij de lessen Engels ga je een onderbouwing schrijven over de keuzes die je gemaakt hebt bij de totstandkoming van jouw website, en daarnaast maak je content voor de website.</p> <p>Bij de Webweter leer je het frame van de website bouwen en rekening houden met een online marketing context. Bij de Contentmaker leer je vervolgens op welke manier je de inhoud kan vormgeven.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Koers bepalen</li> <li>○ Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept.</li> <li>– Realiseren</li> <li>○ Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> </ul> <p><b>3. Kennen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Marketingcommunicatie</li> <li>– Media en concepting</li> <li>– Nederlandse taal</li> <li>– Engelse taal</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p>

	– (Beeld)taal	
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.	
<b>Maximum/minimum aantal deelnemers</b>	n.v.t.	
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.	
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving “leerstof”</b>	Zie studiehandleiding op Teams	
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams	
<b>Tentaminering</b>		
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Webweter Integraal	Schrijfvaardigheid Webweter
<b>Naam Engelstalig</b>	The Internet Explorer Integrated exam	The Internet Explorer Writing Skills
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01	TOETS-02
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De student is in staat om. technisch in orde &amp; gebruiksvriendelijk te schrijven</li> <li>• De student is in staat om professionele opmaak te maken,</li> <li>• De student is in staat om effectieve content te maken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De student is in staat om professionele tekst te produceren</li> <li>• De student is in staat om tekst te maken die voldoet aan eigenschappen webtekst</li> <li>• De student kan aantonen dat Nederlands taalgebruik voldoende beheerst.</li> </ul>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamen</b>	PROD-O	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	Project	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	75%	25%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5 (op alle onderdelen)	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P1N Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7	P1N
<b>Herkansing</b>	Binnen het semester i.o.m. de docenten	P2N
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	120 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.	

Algemene informatie OWE / Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Mediakenner Kennis
Naam cursus lang Engelstalig	Media Expert Theory
Naam cursus kort Nederlandstalig	Mediakenner Kennis
Naam cursus kort Engelstalig	Media Expert Theory
Code cursus	MEDIKE01
Onderwijsperiode	P2N
Studiepunten	2.5 EC
Studielast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen cursus	n.v.t
Algemene omschrijving	<p>Je wordt tijdens deze cursus een mediakenner. Je leert meer over communicatieonderzoek. Je krijgt informatie over media aangeboden: Hoe ziet het medialandschap eruit, hoe kenmerken de verschillende media zich en hoe kun je media inzet koppelen aan de doelgroep en de doelen die je als organisatie hebt.</p> <p>Deze cursus (Mediakenner Kennis) hangt samen met de cursus Mediakenner Integraal. De cursus bouwt bovendien voort op de cursus Merkenbouwer.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>3. Kennen (pijlers):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marcom &amp; Accountability</li> <li>- Onderzoekend vermogen</li> </ul>
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'	Zie studiehandleiding op Teams
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Teams
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Kennistoets Mediakenner
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	Media Expert Theory
Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-01
Beoordelingscriteria	<p>De student heeft kennis en begrip van het evalueren van communicatieonderzoek.</p> <p>De student kent en begrijpt de verschillende marketingcommunicatie-instrumenten.</p> <p>De student kent en begrijpt het medialandschap.</p> <p>De student kent en begrijpt functionaliteiten en inzet van verschillende categorieën media, denk aan kosten en communicatief vermogen, planning, bereik.</p>



<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N
<b>Herkansing</b>	P3N
<b>Duur tentamen</b>	60 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

Algemene informatie OWE / Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Mediakenner Integraal
Naam cursus lang Engelstalig	Media Expert Integrated
Naam cursus kort Nederlandstalig	Mediakenner Integraal
Naam cursus kort Engelstalig	Media Expert Integrated
Code cursus	MEDIIN02
Onderwijsperiode	P2N
Studiepunten	5 EC
Studielast in uren	140
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen cursus	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Je bent als medewerker van een mediabureau verantwoordelijk voor een gedegen media-advies richting de opdrachtgever. Hiervoor is het noodzakelijk dat je je eerst verdiept in de doelgroep: Je leert meer over doelgroeponderzoek en segmentatiecriteria om uiteindelijk tot een heldere persona te komen. Ook het media-gebruik van deze persona breng je in kaart. Je krijgt volop informatie over media aangeboden: Hoe ziet het medialandschap eruit, hoe kenmerken de verschillende media zich en hoe kun je media inzet koppelen aan de doelen die je als organisatie hebt. Het uiteindelijk uitgevoerde doelgroeponderzoek + media-advies wordt gepresenteerd middels een posterpresentatie.</p> <p>Bij de Professional leer je meer over -en reflecteer je op- je eigen mediagebruik en de effecten daarvan op jezelf en de groep. Je leert jouw rol in een professioneel team duiden en kunt reflecteren op de samenwerking in dit team.</p> <p>Bij Engels leer je meer over business writing: hoe kan je (als mediabureau) de onderzoekaankpak en daaruit voortkomende persona rapporteren aan de opdrachtgever.</p> <p>Bij schrijfvaardigheid leer je meer over hoe je een marketingcommunicatiemiddel ontwerpt dat aanzet tot actie (op basis van het AIDA model) en passend is bij de doelgroep.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koers bepalen,</li> <li>o <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept.</b></li> <li>- Draagvlak creëren,</li> <li>o Overtuigend optreden en <b>voor de Bühne brengen van standpunten</b> en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie.</li> <li>- Realiseren,</li> <li>o Het gaat om het <b>verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie</b> op basis van strategie.</li> </ul> <p><b>2. Houding (profskills):</b> <i>Summatief</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Samenwerken</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reflecteren</li> </ul> <p><b>3. Kennen (pijlers):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (Beeld)taal</li> <li>- Marcom &amp; Accountability</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoek</li> <li>- Projectmanagement (formatief)</li> <li>- (Beeld)taal</li> </ul>			
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.			
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	n.v.t.			
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.			
<b>Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'</b>	Zie studiehandleiding op Teams			
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams			
<b>Tentaminering</b>				
<b>Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]</b>	Poster-presentatie	Professional Podcast	Engels Mediakenner	Schrijfvaardigheid Mediakenner
<b>Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]</b>	Poster presentation	Professional: Podcast	The Media Expert English	The Media Expert Writing Skills
<b>Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]</b>	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03	TOETS-04
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p><b>Ontvankelijkheidscriteria:</b>  Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood ( Posterpresentatie en Schrijfvaardigheid Mediakenner) en het APA-alarm (Posterpresentatie, Professional Podcast en Schrijfvaardigheid Mediakenner).</p> <p><b>Posterpresentatie</b>  De student voert een doelgroeponderzoek uit. De student kan onderbouwd een advies geven over in te zetten media waarbij rekening is gehouden met doelgroep, mediaspecificiteit, doelen, haalbaarheid en budget. De student kan hoofd- en bijzaken van elkaar onderscheiden en kan de opdrachtgever adviseren middels een posterpresentatie.</p> <p><b>Professional: Podcast</b>  De student is in staat om als mediateam <b>samen te werken</b>. De student maakt inzichtelijk wat ieders rol(len) is geweest in de samenwerking en kan daar verklaringen voor geven</p> <p>De student is in staat om te <b>reflecteren</b> op zowel diens rol in samenwerking als diens rol als mediakenner. De student is in staat om ontwikkeling in het medialandschap te duiden en vindt iets van dienst rol en die van anderen in dit landschap.</p> <p><b>Engels Mediakenner</b>  De student laat zien dat die business writing beheerst</p> <p><b>Schrijfvaardigheid Mediakenner</b>  De student kan een communicatiemiddel maken dat past bij de doelgroep, aanzet tot actie (op basis van het AIDA model) en samenhang vertoont in tekst en beeld. Daarnaast is de student in staat het communicatiemiddel te beoordelen en eventueel te verbeteren tot een juiste variant.</p>			

<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PRES-F	PROD-O	KENN-O	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	Presentatie	Project	BYOD ANS	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	60%	15%	10%	15%
<b>Minimaal oordeel</b>	5.5	5.5	5.5	5.5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N Optie 1: OW 2.4 Optie 2: OW 2.7 (afhankelijk van welke optie je klas volgt)	P2N Optie 1: OW 2.4 Optie 2: OW 2.7 (afhankelijk van welke optie je klas volgt)	P2N	P2N
<b>Herkansing</b>	In overleg met docent	In overleg met docent	P3N	P3N
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t	n.v.t.	120 minuten	120 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	Zie studiehandleiding op Teams			
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Beoordelingscriteria Schrijfvaardigheid is aangepast.			

## Organisatieontdekker Kennis ORGAKE01

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Organisatieontdekker Kennis
Naam cursus lang Engelstalig	Exploring organisations theory
Naam cursus kort Nederlandstalig	Organisatieontdekker Kennis
Naam cursus kort Engelstalig	Exploring organisations theory
Code cursus	ORGAKE01
Onderwijsperiode	P2N
Studiepunten	2,5 EC
Studielast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams opTeams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Je verkrijgt theoretische kennis over organisaties. Over cultuur, structuur, missie, visie, leiderschap en strategie. Daarnaast komt de rol van interne communicatie in het succes van de organisatie aan bod en leer je welke interne communicatiemiddelen waarvoor ingezet kunnen worden.</p> <p>In deze module vergaar je kennis die je toepast bij Organisatieontdekker Integraal. De inhoud van de kennislessen geeft inzicht in de organisatie waar de stage plaats heeft gevonden en hiermee inzicht in het functioneren van organisaties in het algemeen.</p>
Leeruitkomsten	<b>3. Kennen (pijlers):</b> – Interne communicatie
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Teams
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Teams
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Organisatieontdekker
Naam Engelstalig	Exploring Organisations Theory
Code OSIRIS	TOETS-01

<b>Beoordelingscriteria</b>	De student heeft kennis en begrip van theorie over organisaties en interne communicatie
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N
<b>Herkansing</b>	P3N
<b>Duur tentamen</b>	90 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

<b>Algemene informatie cursus</b>	
<b>Naam cursus lang Nederlands</b>	Organisatieontdekker Integraal
<b>Naam cursus lang Engelstalig</b>	Exploring organisations integrated
<b>Naam cursus kort Nederlandstalig</b>	Organisatieontdekker Integraal
<b>Naam cursus kort Engelstalig</b>	Exploring organisations integrated
<b>Code cursus</b>	ORGAIN07
<b>Onderwijsperiode</b>	P2N
<b>Studiepunten</b>	5 EC
<b>Studielast in uren</b>	140
<b>Onderwijstijd (contacturen)</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Ingangseisen</b>	Je hebt een meeloopstage gedaan gedurende een periode van vijf dagen.
<b>Algemene omschrijving</b>	<p>Op basis van de ervaringen in de verkenningsweek verwerk je basale kennis over de organisatie en de rol van interne en externe communicatie in het succes van de organisatie. Denk aan cultuur, structuur, missie, visie, leiderschap en strategie.</p> <p>Je leert de theorieën over interne communicatie en organisaties toe te passen in een analyse van één organisatie. Naast deze theoretische benadering, maak je een video die een beeld geeft van de organisatie én je persoonlijke mening laat blijken. Tot slot presenteert je aan je subgroep hoe jij jezelf hebt ontwikkeld in het communicatievak door de verkenningsweek en de rest van de modules. Ook werk je aan je Engelse spreekvaardigheid en leer je presenteren.</p> <p>In deze cursus pas je kennis toe die je vergaart bij Organisatieontdekker Kennis</p>
<b>Leeruitkomsten</b>	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiseren <ul style="list-style-type: none"> <li>o Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>3. Kennen (pijlers):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (Beeld)taal <b>en/of</b></li> <li>- Interne communicatie <b>en/of</b></li> <li>- Onderzoekend vermogen</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoek <b>en/of</b></li> </ul>

	– (Beeld)taal		
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.		
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	n.v.t.		
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.		
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving “leerstof”</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Tentaminering</b>			
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Analyse van de organisatie	Vlog	Presentatie
<b>Naam Engelstalig</b>	Vlog Analysis	Vlog	Presentation
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Ontvankelijkheidscriteria Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoende aan de richtlijnen van</p> <p style="text-align: center;"><b>A. TaalCode Rood</b></p> <p><i>Analyse van de organisatie, (45%)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Student gebruikt herleidbare en diverse informatie, passende bij de theorie.</li> <li>• Student kan de gevonden informatie interpreteren met de theorie.</li> <li>• Student schrijft een conclusie over elk thema die passend is bij informatie en interpretatie.</li> <li>• Student laat inzicht in theorie zien in een superconclusie.</li> </ul> <p><i>Vlog (20%)</i> Voldoet aan de vormeisen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1-2 minuten</li> <li>• Bepaalde edit technieken zijn toegepast</li> <li>• Minstens 3 shots</li> <li>• Gebruik van leader en outro</li> <li>• Gebruik captions/supers</li> <li>• Gebruik (achtergrond)</li> </ul> <p>muziek Voldoet aan inhoudelijke eisen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Student maakt een video waarvan beeldkeuze, tempo, tekst, muziek, etc. een beeld geeft van de organisatie .</li> <li>• Student maakt een video waarin de eigen mening over organisatie zichtbaar is en wordt onderbouwd.</li> </ul> <p><i>Presentatie (35%)</i> Vormeisen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Max 10 minuten presentatie</li> <li>• Vlog is in PowerPoint opgenomen</li> </ul>		



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 minuut/slide over de organisatie</li> </ul> <p>Inhoudelijk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student verzorgt een presentatie die inzicht geeft in persoonlijke ontwikkeling door de verkenningsweek.</li> <li>• De student kan zelfstandig, reflectieve antwoorden geven op vragen nav de presentatie.</li> <li>• De student past de presentatiecirkel toe</li> <li>• De student laat beheersing van presentatietechniek zien.</li> <li>• De student maakt passend gebruik van intonatie tempo en volume</li> </ul>		
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-F	PROD-F	PRES-F
<b>Tentamentype</b>	Inleveropdracht	Inleveropdracht	Presentatie
<b>Weging deeltentamen</b>	45%	20%	35%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N Inleveren in 3e lesweek (lesweek 2.4/2.7) op vrijdag om 23.59 uur	P2N Inleveren in 3e lesweek (lesweek 2.4/2.7) op vrijdag om 23.59 uur	P2N Voor alle studenten (optie 1 en optie 2) is het toetsmoment in OW 2.8
<b>Herkansing</b>	Herkansing binnen het semester i.o.m. de beoordelende docent	Herkansing binnen het semester i.o.m. de beoordelende docent	Herkansing binnen het semester i.o.m. de beoordelende docent
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	20 minuten per student
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.		

## B-cluster

### Contentmaker Kennis CONTKE01

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Contentmaker kennis
Naam cursus lang Engelstalig	The content creator theory
Naam cursus kort Nederlandstalig	Contentmaker kennis
Naam cursus kort Engelstalig	The content creator theory
Code cursus	CONTKE01
Onderwijsperiode	P3N
Studiepunten	2,5 EC
Studielast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Binnen deze cursus leer je theoretische kennis over relevante onderwerpen om content te maken, zoals nieuwe media, crossmediale communicatie, online medialandschap, social business, contentstrategie, trends, trendwatching en interactiviteit.</p> <p>De kennis en theorie die behandeld wordt in de kenniscolleges (CONTKE01), wordt toegepast in de werkcolleges (CONTIN04). Deze integrale colleges omvatten de thema's Contentkalender, Schrijfvaardigheden, Engels, Visualiseren en de professional.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>3. Kennen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corporate communicatie</li> <li>- Marcom &amp; Accountability</li> <li>- Online Communicatie</li> <li>- Onderzoekend vermogen</li> </ul>
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Teams
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Contentmaker
Naam Engelstalig	The Content Creator Theory
Code OSIRIS	TOETS-01

<b>Beoordelingscriteria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De student toont kennis en inzicht in nieuwe media, crossmediale communicatie, online medialandschap, social business, contentstrategie, trends, trendwatching en interactiviteit.</li> <li>• De student kan verschillende soorten professionele content herkennen.</li> <li>• De student kan beargumenteerd content koppelen verschillende doelgroepen.</li> <li>• De student kan beargumenteerd content koppelen aan verschillende mediabronnen.</li> </ul>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P3N
<b>Herkansing</b>	P2N en P5N
<b>Duur tentamen</b>	60 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Contentmaker Integraal
Naam cursus lang Engelstalig	The content creator integrated
Naam cursus kort Nederlandstalig	Contentmaker Integraal
Naam cursus kort Engelstalig	The content creator integrated
Code cursus	CONTIN04
Onderwijsperiode	P3N
Studiepunten	5 EC
Studielast in uren	140
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Binnen deze cursus ga je werken aan de creatie van content op basis van een doordachte strategie. Content kan bestaan uit een combinatie van tekst en foto of video. In een wereld van informatie-overload is relevante content meer dan belangrijk om op te vallen en om doelgroepen te bereiken met relevante content. Daarnaast heeft elke vorm van content een doel. De contentmaker wil iets bereiken. Informeren? Een instructie geven? Aansporen? Kortom, een gedragsverandering.</p> <p>Hoe doe je dat? Waar moet je allemaal op letten om effecten te realiseren met content? Met behulp van een contentkalender kan een communicatiespecialist gestructureerd, relevante content plannen en creëren en naar doelgroepen communiceren op het juiste moment, in het juiste medium, met de juiste boodschap, in de juiste tone of voice.</p> <p>Je verdiept je in actualiteiten en trends rondom communicatie en dan met name contentmarketing en leert om content doelgroepgericht over te brengen.</p> <p>De kennis en theorie die behandeld wordt in de kenniscolleges (Contentmaker kennis), wordt toegepast in de integrale colleges. Deze integrale colleges omvatten de thema's Contentkalender, Schrijfvaardigheden, Engels, Visualiseren en de professional.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Koers bepalen</li> <li>○ Uit analyse <b>communicatiekansen voorspellen</b> en <b>signaleren</b> en <b>maken van (segmentatie)keuzes</b> die passen bij de organisatiestrategie.</li> <li>○ <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept</b>.</li> <li>– Realiseren</li> <li>○ De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen <b>conceptmatig ontwikkelen, framen</b></li> </ul>

	<p><b>en activeren</b> door middel van creatieve, betekenisvolle <b>content en design</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Het gaat om het <b>verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie</b> op basis van strategie.</li> <li>○ <b>Inzichtelijk maken (visueel) van customer/employer/stakeholder journey om in te spelen op touchpoints</b>. Door analyseren data en door het gesprek aan te gaan met de doelgroep.</li> <li>○ <b>Creëren relevante content</b> (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> <li>○ <b>Zelf organiseren van concept en/of content</b>, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties.</li> </ul> <p><b>2. Houding:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Onderzoekend vermogen</li> <li>– Innoveren</li> <li>– Verbinden/netwerken</li> </ul> <p><b>3. Kennen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Corporate communicatie</li> <li>– Marcom &amp; Accountability</li> <li>– Online Communicatie</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Projectmanagement</li> <li>– (Beeld)taal</li> </ul>		
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	Geen deelnameplicht. De student wordt wel aangeraden i.v.m. de complexiteit en samenhang van de lessen binnen de cursus aanwezig te zijn.		
<b>Maximum/minimum aantal deelnemers</b>	n.v.t.		
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.		
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	n.v.t.		
<b>Tentaminering</b>			
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Contentmaker Integraal	Schrijfvaardigheid Contentmaker	Visualiseren
<b>Naam Engelstalig</b>	The Content Creator Integrated Exam	The Content Creator Writing Skills	Visualize
<b>Code OSIRIS</b>	<b>TOETS-01</b>	<b>TOETS-02</b>	<b>TOETS-03</b>
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten van TOETS-01, TOETS-02, TOETS-03 en TOETS-05 geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCode Rood en het APA-alarm.</p> <p>Contentkalender inclusief verantwoording (50%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je creëert gestructureerd 7 contentuitingen met behulp van een contentkalender en de Golden Circle (Simon Sinek)</li> <li>• Je beoordeelt adequaat mediakanalen op de bruikbaarheid om daar jouw content te plaatsen</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Je koppelt beargumenteerd content aan een doelgroep (persona) en mediabronnen, inclusief planning</li> </ul> <p>Content inclusief verantwoording:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Content is relevant voor de bepaalde doelgroep (persona)</li> <li>• Content is efficiënt en aantrekkelijk geschreven/gemaakt</li> <li>• Content is divers binnen de customer journey</li> </ul> <p>Schrijfvaardigheden (Nederlands 10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Doelgroepgericht, effectief en aantrekkelijk schrijven</li> </ul> <p>Visualiseren (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je maakt een video die past in de customer journey en invulling geeft aan merk, doel en doelgroep</li> </ul> <p>Engelse content (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrijpelijk Engels schrijven</li> <li>• ERK B2-niveau</li> <li>• Passend bij doelgroep en mediakanaal</li> </ul> <p>Professional (20%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De groep heeft een volledig en doeltreffend zoekplan ingevuld</li> <li>• De groep geeft een workshop die interactief, enthousiasmerend en passend bij de doelgroep op vorm en inhoud is.</li> <li>• De groep geeft een workshop die past bij een relevante contenttrend en een innovatieve oplossing biedt voor een contentvraagstuk.</li> <li>• De groep geeft een workshop over een relevante trend die onderbouwd is vanuit passend brongebruik</li> </ul>
--	---

<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-O	PROD-O	PROD-O
<b>Tentamentype</b>	Project (portfolio)	Inleveropdracht	Beroepsproduct
<b>Weging deeltentamen</b>	50%	10%	10%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7
<b>Herkansing</b>	In overleg met docenten	In overleg met docenten	In overleg met docenten
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.

<b>Naam Nederlandstalig</b>	Engels Contentmaker	Professional
<b>Naam Engelstalig</b>	The Content Creator English	Professional
<b>Code Osiris</b>	<b>TOETS-04</b>	<b>TOETS-05</b>

<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O	PART-F
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS	Workshop
<b>Weging deeltentamen</b>	10%	20%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P3N	P3N Optie 1: OW 3.3 / 3.4 Optie 2: OW 3.6 / 3.7
<b>Herkansing</b>	P4N	In overleg met docenten
<b>Duur tentamen</b>	120 minuten	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	woordenboek	N.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Naam TOETS-02 Nederlands is gewijzigd in schrijfvaardigheid Contentmaker en de naam TOETS-03 Design is gewijzigd in Visualiseren	

## Woordvoerder Kennis WOORKE01

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Woordvoerder kennis
Naam cursus lang Engelstalig	The representative theory
Naam cursus kort Nederlandstalig	Woordvoerder kennis
Naam cursus kort Engelstalig	The representative theory
Code cursus	WOORKE01
Onderwijsperiode	P3N
Studiepunten	2,5 EC
Studielast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Je verdiept je in de wereld van de woordvoerder. Hierbij komen de volgende onderwerpen aan bod: rol van de woordvoerder en rol van de journalist, medialandschap, wat is nieuws, wat is beïnvloeding, priming en framing etc. Ook het bewaken van de organisatiebelangen, identiteit, imago en kernwaarden komen hierbij aan bod alsmede ethiek.</p> <p>Deze cursus hangt samen met de cursus Woordvoerder Integraal (WOORIN03). In deze cursus krijg je de kennis aangereikt die in WOORIN03 wordt toegepast.</p>
Leeruitkomsten	<b>3. Kennen</b> – Corporate communicatie
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Nee
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Teams
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Woordvoerder
Naam Engelstalig	The Representative Theory
Code OSIRIS	TOETS-01
Beoordelingscriteria	Kennis en begrip van PR, woordvoering, journalistiek, beïnvloedingstechnieken, offline medialandschap.



<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P3N
<b>Herkansing</b>	P2N en P4N
<b>Duur tentamen</b>	60 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

## Woordvoerder integraal WOORIN03

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Woordvoerder Integraal
Naam cursus lang Engelstalig	The representative integrated
Naam cursus kort Nederlandstalig	Woordvoerder Integraal
Naam cursus kort Engelstalig	The representative integrated
Code cursus	WOORIN03
Onderwijsperiode	P3N
Studiepunten	5 EC
Studielast in uren	140
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Je verdiept je in de rol van de woordvoerder en in die van de journalist. Hierbij leer je de basisprincipes van het woordvoerderschap waaronder het bewaken van de belangen van de organisatie. Je leert de identiteit en het nieuws van de organisatie te vertalen in een kernboodschap en deze juist toe te passen in zowel geschreven als gesproken woord.</p> <p>Deze cursus hangt samen met de cursus Woordvoerder Kennis (WOORKE01). In WOORKE01 krijg je de kennis aangereikt die in WOORIN03 wordt toegepast.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koers bepalen: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in <b>Communicatiestrategie</b>.</li> <li>o <b>Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie</b> (corporate). Hierbinnen <b>formuleren verschillende opties</b>, afwegen opties en <b>beste keuze maken</b>.</li> <li>o Uit analyse <b>communicatiekansen voorspellen</b> en <b>signaleren</b> en <b>maken van (segmentatie)keuzes</b> die passen bij de organisatiestrategie.</li> <li>o <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept</b>.</li> </ul> </li> <li>- Draagvlak creëren: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Inleven in de gesprekspartner, goed luisteren en oppikken relevante signalen, om zo <b>weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren</b>.</li> <li>o Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in <b>goede banen leiden van verwachtingen</b> betrokkenen en belanghebbenden.</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Overtuigend optreden en <b>voor de bühne brengen van standpunten</b> zowel intern als extern en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie.</li> <li>○ <b>Representeren</b> van de organisatie en optreden als <b>ambassadeur</b> voor het bedrijf wanneer hij gevraagd of ongevraagd in de openbaarheid treedt.</li> <li>– Realiseren:</li> <li>○ Het gaat om het <b>verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie</b> op basis van strategie.</li> <li>○ <b>Creëren relevante content</b> (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> <li>○ <b>Beoordelen van concepten van zichzelf en van anderen</b> op criteria als originaliteit, haalbaarheid, relevantie en usability.</li> <li>○ <b>Zelf organiseren van concept en/of content</b>, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties.</li> </ul> <p><b>3. Kennen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (Beeld)taal</li> <li>– Corporate Communicatie</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Onderzoek</li> <li>– Projectmanagement</li> <li>– (Beeld)taal</li> </ul>	
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.	
<b>Maximum/minimum aantal deelnemers</b>	n.v.t.	
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.	
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving “leerstof”</b>	Zie studiehandleiding op Teams	
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	n.v.t.	
<b>Tentaminering</b>		
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Mediaoptreden	Schrijfvaardigheid Woordvoerder
<b>Naam Engelstalig</b>	Media Performance	The Representative Writing Skills
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01	TOETS-02
<b>Beoordelingscriteria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Je verwoordt het nieuws helder.</li> <li>• Je laat de kernboodschap van de organisatie op meerdere momenten in het interview terugkomen.</li> <li>• Je reageert adequaat op vragen</li> <li>• Je hebt oog voor de belangen van zowel de organisatie, relevante stakeholders, als de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kernboodschap van de organisatie is herkenbaar</li> <li>• Nieuws bovenaan (5W + H)</li> <li>• Tekst in logische volgorde</li> <li>• Tekst is in passende stijl geschreven</li> </ul>

	<p>journalist (Multi perspectivisch kijken)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je toont kennis en inzicht in de onderdelen van het PR-plan</li> <li>• Je kan op een professionele manier verbaal (taalgebruik en stemgebruik) communiceren.</li> <li>• Je kan op een professionele manier non-verbaal communiceren.</li> </ul>	
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PERF-F	KENN-O
<b>Tentametype</b>	Mondeling	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	40%	10%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5 (op alle onderdelen)	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P3N Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7	P3N
<b>Herkansing</b>	In overleg met docenten	P4N
<b>Duur tentamen</b>	1 lesuur	120 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Engels Woordvoerder	PR-plan
<b>Naam Engelstalig</b>	The Representative English	PR Plan
<b>Code OSIRIS</b>	Toets-03	Toets-04
<b>Beoordelingscriteria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vragen en woordkeuze passend bij het onderwerp/doelgroep</li> <li>• Kan antwoord geven op vragen en reageren in begrijpelijk Engels (ERK B2)</li> <li>• Kan actief luisteren d.m.v. samenvatten en doorvragen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De verschillende onderdelen van het PR-canvas zijn passend en volledig uitgewerkt in het PR-plan (analyse, strategie en uitwerking)</li> <li>• Q&amp;A's zijn passend, relevant en correct weergegeven</li> </ul>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PERF-F	PROD-O
<b>Tentametype</b>	Mondeling	Inleveropdracht
<b>Weging deeltentamen</b>	15%	35%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5
<b>Tentamenmoment</b>	P3N Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7	P3N Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7
<b>Herkansing</b>	In overleg met docent	In overleg met docenten

<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Persbericht TOETS-02 inleveropdracht gewijzigd in Schrijfvaardigheid Woordvoerder BYOD ANS. Mediaoptreden TOETS-01 tentamentype KENN-M gewijzigd in PERF-F mondeling. Engels woordvoerder TOETS- 03 tentamentype BYOD ANS gewijzigd in PERF-F mondeling. Beoordelingscriteria schrijfvaardigheid (toets- 02) zijn aangepast.	

## Campagnemaker Kennis CAMPKE10

Algemene informatie OWE / Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Campagnemaker Kennis
Naam cursus lang Engelstalig	The Campaign Creator Theory
Naam cursus kort Nederlandstalig	Campagnemaker Kennis
Naam cursus kort Engelstalig	The Campaign Creator Theory
Code cursus	CAMPKE10
Onderwijsperiode	P4N
Studiepunten	2.5 EC
Studielast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen cursus	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Binnen deze cursus valt:</p> <p>1. BCK-KEN Basiskennis Onderzoek In de module Basiskennis Onderzoek word je vertrouwd gemaakt met de basale onderzoeksbegrippen. Dit wordt getoetst in een kennistoets. Daarnaast leer je hoe je een campagne moet opzetten en uitvoeren. Dit wordt getoetst in de cursus Campagnemaker Project.</p> <p>Deze cursus hangt samen met Campagnemaker Project, alle onderzoekscomponenten uit de voorafgaande cursussen. Uitvoeren van deskresearch bij merkenbouwer, mediakenner, woordvoerder, Field- en deskresearch organisatieontdekker. Brongebruik en verwijzing bij mediakenner, contentmaker a/b test.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>3. Kennen (pijlers):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoekend vermogen</li> </ul>
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'	Zie studiehandleiding op Teams
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Teams
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Kennistoets Campagnemaker
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	The Campaign Creator Theory
Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-01
Beoordelingscriteria	<p>Voor de kennistoets Campagnemaker geldt: De student heeft kennis van en begrijpt de basisbegrippen van onderzoek;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Het onderzoeksproces</li> <li>• Probleemdefinitie, onderzoeksdoel en onderzoeksvragen</li> <li>• Verkennend, beschrijvend, causaal onderzoek</li> <li>• Onderscheid desk- en fieldresearch</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderscheid kwalitatief en kwantitatief onderzoek</li> <li>• Populatie en steekproef (consequenties voor representativiteit en nauwkeurigheid)</li> <li>• Omvang van een steekproef bepalen</li> <li>• Opzet steekproef bepalen</li> <li>• Samenstellen van een steekproef</li> <li>• Fouten in dataverzameling, non-respons vermijden</li> <li>• Betrouwbaarheid en validiteit</li> <li>• Operationaliseren</li> <li>• Vragenlijst maken</li> <li>• Dataverzamelingsmethoden</li> </ul> <p>Een aantal onderdelen wordt inhoudelijk behandeld in de cursus Campagnemaker Project, maar maken ook onderdeel uit van de kennistoets.</p>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5.5
<b>Tentamenmomenten</b>	P4N
<b>Herkansing</b>	P5N en P1N (volgend semester)
<b>Duur tentamen</b>	60 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

## Campagnemaker Project CAMPPR03

Algemene informatie OWE / Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Campagnemaker Project
Naam cursus lang Engelstalig	The Campaign Creator Project
Naam cursus kort Nederlandstalig	Campagnemaker Project
Naam cursus kort Engelstalig	The Campaign Creator Project
Code cursus	CAMPPR03
Onderwijsperiode	P4N
Studiepunten	7.5 EC
Studielast in uren	210
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen cursus	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p><b>Campagneproject Onderzoeksrapportage</b></p> <p>Je voert in een groep een compact kwantitatief onderzoek uit waarbij je gebruik maakt van briefing opdrachtgever en een deels ingevulde PID (project informatie document) waarin je vanuit een bestaand theoretisch kader eenvoudig operationaliseert, enquêtevragen opstelt, een enquête maakt, test en data verzamelt. Hierbij wordt gebruik gemaakt van MS Forms. Je analyseert en interpreteert in een groep de resultaten hiervan in Excel waarbij de basiskennis van statistiek wordt toegepast. Je voert aanvullend deskresearch uit naar opdrachtgever, branche en doelgroep.</p> <p>Je trekt in groepsverband conclusies over dit onderzoek en maakt hiervan een compacte onderzoeksrapportage gebruikmakend van de juiste schrijftechnieken. Je reflecteert op de kwaliteit van het uitgevoerde onderzoek.</p> <p><b>Peerfeedback</b></p> <p>De groep reflecteert onder begeleiding op de samenwerking binnen het uitvoeren van de beroepstaken en op plannen en prioriteren. Studenten bewijzen hier voldoende individuele bijdrage te hebben geleverd.</p> <p><b>Campagne presentatie</b></p> <p>Je realiseert in groepsverband, gebaseerd op de eerder gemaakte onderzoeksrapportage en kennis uit de kennisleerlijn Campagnemaker Kennis en eerdere modules de contentmaker en mediakenner, een campagne waarin een creatief concept wordt gerealiseerd. Je maakt vervolgens op basis van dit concept een tactische vertaling naar kanalen en middelen. Je geeft hierbij inzicht in de inzet van middelen, accountability en implementatie. Kan opzet middel verantwoord worden volgens AIDA model. Deze campagne wordt op passende manier gepresenteerd aan opdrachtgever.</p> <p>Deze cursus hangt samen met Campagnemaker Project, alle onderzoekscomponenten uit de voorafgaande modules. Uitvoeren van deskresearch bij merkenbouwer, mediakenner, woordvoerder, Field- en deskresearch organisatieontdekker. Brongebruik en verwijzing bij mediakenner, contentmaker a/b test.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koers bepalen:</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in <b>Communicatiestrategie</b>.</li> <li>○ <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept</b>.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Draagvlak creëren: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Overtuigend optreden en <b>voor de Bühne brengen van standpunten</b> zowel intern als extern en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie.</li> </ul> </li> <li>– Realiseren: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Inzichtelijk maken (visueel) van customer/employer/stakeholder journey om in te spelen op touchpoints</b>. Door analyseren data en door het gesprek aan te gaan met de doelgroep.</li> <li>○ De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen <b>conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren</b> door middel van creatieve, betekenisvolle <b>content en design</b>.</li> <li>○ <b>Creëren relevante content</b> (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> <li>○ <b>Zelf organiseren van concept en/of content</b>, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>2. Houding (profskills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Samenwerken</li> </ul> <p><b>3. Kennen (pijlers):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (Beeld)taal</li> <li>– Marcom &amp; Accountability</li> <li>– Onderzoekend vermogen</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Onderzoek</li> <li>– Projectmanagement</li> <li>– (Beeld)taal</li> </ul>		
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	Aanwezigheid tijdens de lessen wordt verwacht, aangezien de student gedurende de lessen wordt beoordeeld op samenwerking Afmelding alleen met geldige reden.		
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	n.v.t.		
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.		
<b>Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Tentaminering</b>			
<b>Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]</b>	Onderzoeks-rapportage	Peerfeedback	Campagne presentatie
<b>Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]</b>	Research Report	Peer Feedback	Campaign Presentation

Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p><b>Ontvankelijkheidscriteria:</b> Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm.</p> <p><b>Onderzoeksrapportage</b> Randvoorwaarden: - PID ingeleverd - Operationaliseringsschema aangeleverd - Vragenlijst gemaakt - Excel analyses aangeleverd</p> <p>Beoordelingscriteria</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kwaliteit van het communicatievraagstuk.</li> <li>2. Theoretisch kader toegepast op het meetinstrument</li> <li>3. Methoden van onderzoek</li> <li>4. Rapportage deskresearch</li> <li>5. Rapportage fieldresearch</li> <li>6. Realisatie onderzoeksrapport</li> <li>7. Conclusies</li> </ol> <p><b>Peerfeedback</b> Randvoorwaarden: - Deelname aan tutorbijeenkomsten</p> <p>Beoordelingscriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Werkhouding</li> <li>2. Samenwerken</li> <li>3. Feedback geven en ontvangen</li> </ol> <p><b>Campagnepresentatie</b> Randvoorwaarden: - 15 minuten - Gepresenteerd door 2 studenten - Alle studenten aanwezig bij presentatie</p> <p>Beoordelingscriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vertaling inzichten naar aanbevelingen voor opdrachtgever</li> <li>2. Onderbouwd verbindend creatief concept</li> <li>3. Tactisch plan middelen mix</li> <li>4. Uitwerking middelen</li> <li>5. Presentatietechniek</li> <li>6. Verdedigen campagne</li> <li>7. Oordeel opdrachtgever als eventuele bonus</li> </ol>		
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-O	PART-F	PRES-F
<b>Tentamentype</b>	Schriftelijk	Peerbeoordeling	Presentatie
<b>Weging deeltentamen</b>	35%	30%	35%
<b>Minimaal oordeel</b>	5.5	5.5	5.5
<b>Tentamenmomenten</b>	P4N	P4N	P4N
<b>Herkansing</b>	In overleg met docent	In overleg met docent	In overleg met docent
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t	n.v.t.	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Module maakt geen structureel gebruik meer van Trello		

## Campagnemaker Onderzoekende Houding CAMONH01

Algemene informatie OWE / Cursus		
Naam cursus lang Nederlandstalig	Campagnemaker Onderzoekende Houding	
Naam cursus lang Engelstalig	The Campaign Creator Inquisitive Attitude	
Naam cursus kort Nederlandstalig	Campagnemaker Onderzoekende Houding	
Naam cursus kort Engelstalig	The Campaign Creator Inquisitive Attitude	
Code cursus	CAMONH01	
Onderwijsperiode	P4N	
Studiepunten	2.5 EC	
Studielast in uren	70	
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams	
Ingangseisen cursus	N.v.t.	
Algemene omschrijving	<b>Onderzoekende houding</b> In de cursus Onderzoekende houding voer je diverse opdrachten uit waarin je kan aantonen over een onderzoekende houding te bezitten. De helft van de opdrachten worden in het Engels aangeboden en verwerkt, de andere helft in het Nederlands.	
Leeruitkomsten	<b>2. Houding (profskills):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoekende houding hebben</li> <li>- Reflecteren</li> </ul> <b>3. Kennen (pijlers):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (Beeld)taal</li> </ul>	
Deelnameplicht onderwijs	Aanwezigheid tijdens de lessen wordt verwacht, aangezien de student tijdens de les aan de slag gaat met de ontwikkeling op onderzoekende houding. Afmelding alleen met geldige reden.	
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.	
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.	
Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'	Zie studiehandleiding op Teams	
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Teams	
Tentaminering		
Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Newspaper Presentation	Portfoliogesprek Onderzoekende Houding
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	Newspaper Presentation	Portfolio Inquisitive Attitude
Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-01	TOETS-02
Beoordelingscriteria	1. De student is in staat om de Engelse grammatica correct toe te passen in een beroepsproduct,	<b>Ontvankelijkheidscriteria:</b> Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm.

	<p>het schrijven van een tekst in het Engels;</p> <p>2. 2) De student presenteert in het Engels.</p> <p>Het beroepsproduct is voorwaardelijk voor het houden van de presentatie Newspaper Presentation.</p>	<p>De student past een onderzoekende houding toe, en kan achteraf diens eigen onderzoekende houding evalueren.</p> <p>In het portfoliogesprek Onderzoekende houding wordt de student beoordeeld op criteria als kritisch zijn, vragende houding en reflectie op eigen houding. Het portfolio is voorwaardelijk voor het houden van het portfoliogesprek Onderzoekende Houding.</p> <p>1. De student weet wat een onderzoekende houding is en heeft dit uiteengezet</p> <p>2. De student reflecteert op eigen onderzoekende houding</p> <p>3. De student is kritisch op onderzoeksresultaten en gebruik AI</p> <p>4. De student presenteert eigen nieuwsvoorziening en reflecteert daarop</p>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PRES-F	GESP-F
<b>Tentamentype</b>	Mondeling	Mondeling in groepsverband
<b>Weging deeltentamen</b>	50%	50%
<b>Minimaal oordeel</b>	5.5	5.5
<b>Tentamenmomenten</b>	P4N	P4N
<b>Herkansing</b>	In overleg met de docent	In overleg met de docent
<b>Duur tentamen</b>	15 minuten	15 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	TOETS-02 portfolio Onderzoekende houding tentamentype portfolio gewijzigd in portfoliogesprek Onderzoekende houding tentamentype mondeling.	

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	De Professional
Naam cursus lang Engelstalig	The Professional
Naam cursus kort Nederlandstalig	De Professional
Naam cursus kort Engelstalig	The Professional
Code cursus	PROFES31
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode P1, P2, P3 en P4
Studiepunten	2,5 EC
Studielast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	Je kan alleen deelnemen aan de Eindbalans als alle onderdelen van PROF uit cluster A+B gevolgd zijn. Voor het Project Brede Welvaart ABC moet je het A- en B-cluster hebben gevolgd.
Algemene omschrijving	<p><b>De Professional in de propedeuse</b>  Vanaf de start van de propedeuse werk je aan jouw persoonlijke professionele ontwikkeling. In de cursussen de merkenbouwer, de webweter, de mediakenner, de organisatieontdekker, de contentmaker, de woordvoerder en de campagnemaker wordt gewerkt aan de beroepsproducten passend bij de persoonlijke professionele ontwikkeling. De toetsing van die ontwikkeling vindt plaats in de desbetreffende modules. Gedurende de hele propedeuse leg je een online PROF portfolio aan waarin je elke periode opdrachten opneemt die je in het PROF werkboek terug kunt vinden. Uiteraard is je portfolio communicatief: de lezer heeft een professioneel en verzorgd product voor zijn neus. Je richt het portfolio zodanig in en geeft het zodanig vorm dat de lezer er snel zijn weg in kan vinden en eenvoudig een indruk krijgt van jouw persoonlijke en professionele ontwikkeling. Je online portfolio neem je mee naar de hoofdfase, waar je het portfolio verder aanvult zodat je eind jaar 4 kunt terugblikken op je gehele professionele en persoonlijke ontwikkeling.</p> <p><b>Startweek 1.1</b>  De eerste week (1.1) van het studiejaar is bedoeld om kennis te maken met de opleiding, de medestudenten en de systemen waarmee in de opleiding wordt gewerkt.</p> <p><b>Project communicatie bij gedragsverandering</b>  De eerste week van periode 3 (3.1) staat in het teken van een project over communicatie bij gedragsverandering. Je verdiept je in de psychologische kant van het vakgebied en duikt in de wereld van gedragsbeïnvloeding.  In diezelfde week heb je een individueel gesprek met je PROF-docent over jouw ontwikkeling, de Tussenbalans. Je bespreekt jouw leerdoelen en actieplan (hoe je aan je leerdoelen gaat werken), de voortgang daarop en blikkt vooruit op semester 2.</p> <p><b>Afsluiting en Eindbalans</b></p>

	<p>Je sluit het jaar af met een PROF-module waarin je:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>je voorbereidt op (toekomstige) sollicitaties naar stages en (bij)banen.</li> <li>de eindbalans opmaakt van jouw persoonlijke en professionele ontwikkeling aan het einde van de propedeuse en vooruitkijkt naar jaar 2.</li> </ol> <p>Ad (a): In een aantal lessen ontdek je wat belangrijk is bij solliciteren en maak je een sollicitatiebrief en CV.</p> <p>Ad (b): De laatste lesweken bereid je je bij PROF voor op de Eindbalans. Je maakt je online PROF portfolio compleet met reflecties op PROF-skills. Je blikt terug op het afgelopen jaar. Waar kom ik vandaan, hoe heb ik me afgelopen jaar ontwikkeld, hoe heb ik gewerkt aan mijn leerdoelen, waar sta ik nu, wat betekent dat voor jaar 2? Welke leerdoelen heb je voor het tweede jaar en hoe ga je daaraan werken (actieplan voor jaar 2)? Middels een videopitch waarin je zelfbewust profileert, overtuig jij de docent van jouw geschiktheid voor jaar 2. In het eindbalans-gesprek (assessment) ga je met jouw PROF-docent in gesprek over jouw professionele ontwikkeling, welke aspecten/beroepsrollen uit het vakgebied bij jou passen en waarom, je reflecties, je leerdoelen voor jaar 2 en het bijbehorende actieplan (hoe ga je aan die leerdoelen werken?).</p> <p><b>Taaltoetsen</b> Binnen deze cursus van 2,5 studiepunten hebben ook de taaltoetsen Nederlands en Engels een plek. Om de 2,5 EC te behalen, moet je deze toetsen halen. We toetsen hiermee of je over het juiste startniveau van Nederlands (3F-niveau) en Engels (B2-niveau) beschikt. Je bereidt je voor op de taaltoetsen door middel van zelfstudie. De toetsen worden afgenomen via digitale toetsing van <a href="http://www.hogeschooltaal.nl">www.hogeschooltaal.nl</a>, zij bieden ook een zeer geschikte, betaalde leeromgeving aan.</p> <p><b>Project Brede Welvaart ABC</b> In deze cursus werk je in multidisciplinaire groepen met studenten van de opleidingen Food&amp;Business, Communicatie, Commerciële Economie (MS en I) en Ondernemerschap en Retail Management aan een project over Brede Welvaart. Doel is om in de samenwerking elkaars expertise en perspectief te leren kennen en deze te benutten bij het verkennen van het onderwerp. Daarnaast krijg je kennis en inspiratie aangereikt over het thema Brede Welvaart.</p>
<p><b>Leeruitkomsten</b></p>	<p><b>De Eindbalans:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Overkoepelend:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiseren</li> <li>o De communicatieprofessional kan communicatieproducten ontwikkelen door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. (= voorwaardelijke eis bij het portfolio)</li> </ul> </li> <li><b>2. Houding (PROF skills):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reflecteren</li> <li>- Plannen en prioriteren</li> </ul> </li> <li><b>3. Kennen (pijlers):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Professional</li> </ul> </li> </ol>

	<p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (beeld)taal (= voorwaardelijke eis)</li> </ul> <p><b>Taaltoetsen:</b></p> <p><b>3. Kennen (pijlers):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (beeld)taal</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nederlandse taal</li> <li>- Engelse taal</li> </ul> <p><b>Project communicatie bij gedragsverandering</b></p> <p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiseren</li> <li>o De communicatieprofessional kan communicatieproducten ontwikkelen door middel van creatieve, betekenisvolle content en design.</li> </ul> <p><b>2. Houding (PROF-skills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verbinden</li> <li>- Innoveren</li> </ul> <p><b>Project Brede Welvaart ABC:</b></p> <p><b>2. Houding (PROF-skills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Samenwerken</li> <li>- Ethisch besef hebben</li> </ul>	
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	Er geldt een aanwezigheidsplicht gedurende het Project Brede Welvaart.	
<b>Maximum/minimum aantal deelnemers</b>	n.v.t.	
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.	
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams	
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams	
<b>Tentaminering</b>		
<b>Naam Nederlandstalig</b>	De Eindbalans	Taaltoets Nederlands
<b>Naam Engelstalig</b>	The Final Professional Account	Language Test Dutch
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01	TOETS-02
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat de student moet voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm.</p> <p><b>Eindbalans (TOETS-01)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student heeft een compleet online PROF-portfolio ingeleverd (= voorwaardelijk). Het online portfolio is een professioneel en verzorgd product. De student richt het portfolio zodanig in en geeft het zodanig vorm dat de lezer er snel zijn weg</li> </ul>	

	<p>in kan vinden en eenvoudig een indruk krijgt van de persoonlijke en professionele ontwikkeling van de student (=voorwaardelijk).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student is in staat om schriftelijk te reflecteren via de aangeboden reflectiemethode op minimaal 3 PROF-skills.</li> <li>• De student is in staat een vertaalslag te maken vanuit de reflectie naar leerdoelen naar de hoofdfase van de opleiding. De student stelt passende leerdoelen op en kan onderbouwen hoe zij aan deze leerdoelen gaat werken zodat aannemelijk is dat ze behaald kunnen worden.</li> <li>• De student is in staat zichzelf (in de pitch) bewust te profileren. De student is in staat om hierin diepgang te bereiken door inzichten over zichzelf uit het 1<sup>e</sup> leerjaar te verwerken. De student kan aantonen dat zij weet waarin ze zich wil en moet ontwikkelen.</li> <li>• De student kan onderbouwen welke beroepsrollen bij haar passen.</li> </ul> <p><b>Taaltoets Nederlands (TOETS-02)</b> De student beheerst de Nederlandse taal op 3F-niveau op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl.</p>	
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	Portfolio (een assessmentgesprek GESP-F en een videopitch PROD-O maken onderdeel uit van de toetsing)	BYOD HTT
<b>Weging deeltentamen</b>	100% OWE	Voorwaardelijk
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	V
<b>Tentamenmomenten</b>	P4N	P1N
<b>Herkansing</b>	Binnen de periode i.o.m. de docenten	P2N, P3N en P5N
<b>Duur tentamen</b>	30 minuten (assessment)	60 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Taaltoets Engels	Presentatie project Brede Welvaart ABC
<b>Naam Engelstalig</b>	Language Test English	Presentation Project Sustainable Development ABC
<b>Code (deel)tentamen OSIRIS</b>	TOETS-03	TOETS-04
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p><b>Taaltoets Engels (TOETS-03)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student beheerst de Engelse taal op Europees Referentiekader (ERK) B2-niveau op de onderdelen Engelse spelling, idioom en grammatica.</li> </ul> <p><b>Project Brede Welvaart ABC (TOETS-04):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student is aanwezig bij de bijeenkomsten van Project Brede Welvaart (voorwaardelijk)</li> </ul>	
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O	PRES-F
<b>Tentamentype</b>	BYOD HTT	Presentatie
<b>Weging deeltentamen</b>	Voorwaardelijk	Voorwaardelijk



<b>Minimaal oordeel</b>	V	V
<b>Tentamenmomenten</b>	P1N	P4N (4.9)
<b>Herkansing</b>	P2N, P3N en P5N	P4N (4.10)
<b>Duur tentamen</b>	60 minuten	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Project communicatie bij gedragsverandering	
<b>Naam Engelstalig</b>	Project Communication for Behavioral Change	
<b>Code (deel)tentamen OSIRIS</b>	TOETS-05	
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Ontvankelijkheidscriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De student is aanwezig bij de bijeenkomsten van Project communicatie bij gedragsverandering (voorwaardelijk)</li> <li>De student moet voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm.</li> </ul> <p>Beoordelingscriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De student is in staat de theorie over gedrag en weerstand toe te passen op het vraagstuk en haar keuzes hiermee te onderbouwen.</li> <li>De student kan communicatiemiddelen uitwerken in tekst en beeld die bruikbaar zijn voor de opdrachtgever van het vraagstuk (realistisch en haalbaar in uitvoering).</li> <li>De student is in staat keuzes te maken voor de inzet van communicatiemiddelen en die te onderbouwen met onderzoeksresultaten. In die keuze laat de student innoverend vermogen zien; de middelen zijn creatief en vernieuwend.</li> <li>De student is in staat het advies in een verzorgde en aansprekende (overtuigend, passend bij doel en doelgroep) presentatie over te dragen.</li> </ul>	
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PRES-F	
<b>Tentamentype</b>	Presentatie	
<b>Weging deeltentamen</b>	Voorwaardelijk	
<b>Minimaal oordeel</b>	V	
<b>Tentamenmomenten</b>	P3N	
<b>Herkansing</b>	Binnen de periode i.o.m. de docenten	
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Vorm tentamen TOETS-01 gewijzigd in PORT-O. TOETS-05 is als voorwaardelijk opgenomen in de cursusbeschrijving.	

## 9.2 Cursussen van de postpropedeuse

### C-Cluster

#### Overheidsproject OVERHF10

Algemene informatie OWE / Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Overheidsproject
Naam cursus lang Engelstalig	Government project
Naam cursus kort Nederlandstalig	Overheidsproject
Naam cursus kort Engelstalig	Government project
Code cursus	OVERHF10
Onderwijsperiode	P1N/P2N of P3N/P4N
Studiepunten	<b>16 EC</b>
Studielast in uren	448
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.

<b>Algemene omschrijving</b>	<p>In deze module leer je gevoelige onderwerpen die spelen in de omgeving van een overheidsorganisatie te identificeren en te analyseren. Je werkt voor een overheidsorganisatie zoals een gemeente, provincie of misschien wel brandweer. Je gaat aan de slag met een vraagstuk dat deze organisatie raakt.</p> <p><b><u>Onderzoek overheidsproject</u></b> Je begint binnen deze module met het opzetten en uitvoeren van onderzoek met een medestudent naar een vraagstuk dat mogelijk invloed heeft op de overheidsorganisatie. In duo's werk je aan een PID waarin ook een krachtveldanalyse is opgenomen. Vervolgens werk je individueel de data uit verkregen tijdens het afnemen van interviews (kwalitatief onderzoek).</p> <p><b><u>Infographic</u></b> Bij design leer je alle ins en outs van het ontwerp- en opmaakprogramma Illustrator. Eerst leer je de basistechnieken voor het werken met het programma om hierna de resultaten uit het onderzoek overzichtelijk en grafisch weer te geven. Met het gebruik van beeld en quotes leer je hoe je resultaten goed en overzichtelijk kunt weergeven voor de opdrachtgever.</p> <p><b><u>English Meeting</u></b> Middels meetings heb je in het Engels overleg met mede communicatieprofessionals. Doel is uitwisselen van elkaars inzichten en resultaten, deels met betrekking tot de stakeholders. De volgende onderwerpen komen tijdens Engelse meetings aan bod: conventies/beleefdheidsvormen die gangbaar zijn in de Engelse zakelijke cultuur en die zich laten vertalen in bepaalde uitdrukkingen en fraseringen.</p> <p><b><u>Advies overheidscommunicatie</u></b> Op basis van de analyses breng je een advies uit aan de opdrachtgever. Dit doe je aan de hand van Factor C. Factor C is een manier van werken</p>
------------------------------	---

	<p>die overheidsorganisaties gebruiken om strategisch aan de slag te gaan met communicatie. Je volgt hiervoor kennis- en werkcolleges en eventueel gastcolleges van mensen uit het werkveld.</p> <p>Individueel werk je aan een essay waarin onderwerpen worden besproken die raken aan het overheidsproject.</p> <p><b>Essay</b> In deze module leer je bronnenonderzoek te verwerken tot een betogend verhaal waarin je je eigen visie toont.</p> <p>Uiteraard gaat het hier om een langere tekst met goede argumentatie, maar ook ga je flink aan de slag met het stileren van je tekst tot een vlot leesbaar stuk. Ten slotte train je ook je redactievaardigheden door elkaars werk na te kijken en van feedback te voorzien, zodat de schrijver zijn/haar tekst kan verbeteren.</p>
<p><b>Leeruitkomsten</b></p>	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koers bepalen: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in <b>Communicatiestrategie</b>.</li> <li>o <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept</b>.</li> </ul> </li> <li>- Draagvlak creëren: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Inleven in de gesprekspartner, goed luisteren en oppikken relevante signalen om zo <b>weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren</b>.</li> <li>o Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in <b>goede banen leiden van verwachtingen</b> betrokkenen en belanghebbenden.</li> <li>o Organiseren interactie <b>en</b> samenwerking en zorgen voor ontmoetingen; <b>faciliteren dialoog</b>.</li> </ul> </li> <li>- Realiseren: <ul style="list-style-type: none"> <li>o De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen <b>conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren</b> door middel van creatieve, betekenisvolle <b>content en design</b>.</li> <li>o Het gaat om het <b>verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie</b> op basis van strategie.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>2. Houding (profskills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoekende houding hebben <b>en</b></li> <li>- Verbinden/netwerken <b>en</b></li> <li>- Ethisch besef hebben</li> </ul> <p><b>3. Kennen (dit zijn de pijlers -&gt; voor pijlercoördinatoren):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (Beeld)taal <b>en</b></li> <li>- Onderzoekend vermogen <b>en</b></li> <li>- Corporate Communicatie (<i>Overheidscommunicatie</i>)</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoek <b>en</b></li> <li>- (Beeld)taal</li> </ul>
<p><b>Deelnameplicht onderwijs</b></p>	<p>Aanwezigheid tijdens de colleges wordt verwacht.</p>
<p><b>Maximum aantal deelnemers</b></p>	<p>n.v.t.</p>

<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.		
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	- Adobe Creative Cloud (voor heel 2e jaar) - Coosto studentaccount (via surfspot)		
<b>Tentaminering</b>			
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Project Informatie Document (duo)	Infographic	English meeting
<b>Naam Engelstalig</b>	Project Information Document (duo)	Infographic	English meeting
<b>Code Osiris</b>	<b>TOETS-01</b>	<b>TOETS-02</b>	<b>TOETS-03</b>
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p><b>Project Informatie Document</b></p> <p>Randvoorwaarden groepsproduct:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle (deel)beroepsproducten van Onderzoek moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood, APA-alarm en samenwerking.</li> <li>• media-analyse traditioneel, media-online, operatinaliseringsschema en krachtenveldanalyse zijn bijgevoegd</li> </ul> <p>Samen met een medestudent werkt de student een onderzoeksplan uit in een Project Informatie Document (PID). Met dit document tonen de studenten de volgende punten aan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student is in staat om de context van het onderzoek in kaart te brengen en daarbij oog te hebben voor de aanleiding, achtergrond, afbakening en relevantie van het onderzoek.</li> <li>• De student is in staat om een overzicht te maken van de belangrijkste actoren rondom een bepaald project. Student kan de belangen, interesse en machtsfactor van deze actoren in kaart brengen.</li> <li>• De student is in staat om een socialmedia-analyse uit te voeren waarbij de online context van het onderzoek in kaart wordt gebracht.</li> <li>• De student is in staat de belangrijke begrippen uit de onderzoeksvraag te operationaliseren en daarbij onderscheid te maken tussen het hoofdbegrip, de dimensie en de indicatoren.</li> <li>• De student kan de kwaliteitscriteria toepassen op het uit te voeren onderzoek en daarbij de aandachtspunten benoemen aangaande de kwaliteitscriteria.</li> </ul> <p><b>Infographic</b></p> <p>Randvoorwaarden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opmaak infographic in Illustrator (alles in vector, opgeslagen als .eps)</li> <li>• Formaat A3 liggend</li> <li>• TaalCOde Rood</li> </ul> <p>Beoordelingscriteria Algemeen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De infographic heeft een overzichtelijke en aantrekkelijke indeling, de verhouding tussen tekst en beeld is in balans en er is een logische leesrichting.</li> <li>• Ontwerp past binnen de huisstijl van de organisatie (kleur, typografie, illustratie, layout).</li> </ul>		

	<p>Beoordelingscriteria Inhoudelijk</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vooronderzoek: Kern/onderwerp van het vraagstuk is betrouwbaar en aantrekkelijk gevisualiseerd.</li> <li>Media analyse: Resultaten van de media analyse (onderwerp, hoeveelheid, bron, sentiment, bereik) zijn betrouwbaar visueel inzichtelijk gemaakt.</li> </ul> <p>Krachtenveldanalyse: Visueel inzichtelijk wie de spelers zijn, wat de relatie tot elkaar is en hoe zij in het traject/onderwerp staan.</p> <p><b>English meeting</b> Je kan een gesprek houden over het onderzoek in begrijpelijk Engels. Daarnaast ben je in staat om notulen op te stellen van dit gesprek in begrijpelijk Engels.</p>		
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-F	PROD- F	KENN-M
<b>Tentamentype</b>	Schriftelijk	Schriftelijk	Mondeling (meeting)
<b>Weging deeltentamen</b>	15%	13%	12%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P1N/P3N	P1N/P3N	P1N/P3N
<b>Herkansing</b>	<p>1 herkansing binnen de periode i.o.m. docent</p> <p>Indien herkansing <b>PID</b> onvoldoende, het volgend studiejaar Onderzoek volledig opnieuw volgen</p>	<p>1 herkansing binnen de periode i.o.m. docent</p> <p>Indien herkansing <b>infographic (ind.)</b> onvoldoende, het volgend studiejaar alleen deze toets herkansen. Wél moet student aansluiten bij een student en dit afstemmen met docent.</p>	<p>1 herkansing binnen de periode i.o.m. docent</p> <p>Indien herkansing <b>meeting (ind.)</b> onvoldoende, het volgend studiejaar alleen deze toets herkansen. Wél moet student aansluiten bij een student en dit afstemmen met docent.</p>
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	ChatGPT	ChatGPT	N.v.t.
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Advies overheidsproject	Essay	Onderzoek overheidsproject (individueel)
<b>Naam Engelstalig</b>	Government Project Advice	Essay	Government Project Research (individual)
<b>Code Osiris</b>	TOETS-04	TOETS-05	TOETS-06
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p><b>Advies overheidsproject</b></p> <p>Randvoorwaarden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alle (deel)beroepsproducten van moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm.</li> <li>Studenten hebben deelgenomen aan peerassessments.</li> <li>Studenten hebben een socialmedia-analyse bijgevoegd.</li> </ul> <p>Studenten overtuigen de opdrachtgever Studenten spreken de taal van de opdrachtgever Factor C model is representatief en overzichtelijk</p>		

De student kan een advies opstellen dat past bij de opdrachtgever, dat samenhangend is en onderbouwd vanuit theorie en onderzoek. Het advies leidt tot commitment onder de doelgroep. Het houdt rekening met de belangen van verschillende stakeholders. Gemaakte middelen passen bij de doelgroep

In het verantwoordingsdocument kan de student haar visie over onderwerpen die passen binnen het vakgebied kernachtig neerzetten en onderbouwen vanuit relevante literatuur.

**Essay**  
 Randvoorwaarden:

- Alle (deel)beroepsproducten van moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm.
- Het essay heeft een lengte van ca 1000 woorden
- Schrijfplan en feedbackformulier zijn ingeleverd.
- 

Leerdoelen

De student kan op basis van literatuuronderzoek een overtuigend essay schrijven.

**Onderzoek overheidsproject Individuele eindtoets:**

Individueel maak je een **verantwoordingsdocument** waarin je de resultaten, conclusies en kwaliteit van het hele onderzoek verantwoord in ca. 1000 woorden.

Randvoorwaarden individueel product:

- Studenten hebben deelgenomen aan peerassessment
- Interviewlijst of topiclijst is bijgevoegd
- Product telt ca. 1000 woorden, exclusief bijlagen
- Codeerschema is bijgevoegd
- Transcripten zijn bijgevoegd
- PID is als bijlage toegevoegd

Aan de hand van de verzamelde data uit interviews en de data analyse met behulp van de gefundeerde theorie benadering (coderen) levert ieder individu een conclusie en advies in. Met dit document tonen de studenten de volgende punten aan:

- De student kan resultaten op heldere wijze presenteren. De resultaten zijn relevant in het licht van de vraagstelling. Hoofd- en bijzaken worden daarbij van elkaar gescheiden.
- De student kan in de conclusie antwoord geven op de hoofdvraag met behulp van de verzamelde resultaten.

De student is in staat om te reflecteren op de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek

<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-O	PROD-O	PROD-F
<b>Tentamentype</b>	Advies + verantwoordingsdocument	Schriftelijk (essay)	Schriftelijk
<b>Weging deeltentamen</b>	30%	15%	15%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5	5,5
<b>Tentamenmoment</b>	P2N/P4N	P2N/P4N	P1N/P3N
<b>Herkansing</b>	Herkansing binnen de periode i.o.m. docent  Indien herkansing <b>interactief PDF (duo)</b> onvoldoende, het volgend studiejaar Advies volledig opnieuw volgen.  Indien herkansing <b>Pitch (duo)</b> onvoldoende, het volgend studiejaar	Herkansing binnen de periode i.o.m. docent  Indien herkansing <b>essay (ind.)</b> onvoldoende, het volgend studiejaar alleen deze toets herkansen, zonder Advies te volgen.	1 herkansing binnen de periode i.o.m. docent  Indien herkansing <b>individueel verantwoordings document</b> onvoldoende, het volgend studiejaar Onderzoek volledig opnieuw volgen.

	<p>Advies volledig opnieuw volgen.</p> <p>Indien herkansing  <b>verantwoordingsdocument (ind.)</b>  onvoldoende, het volgend studiejaar  Advies volledig opnieuw volgen.</p>		
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	ChatGPT	ChatGPT	ChatGPT
<b>Wijzigingen t.o.v. vorig jaar</b>	Het onderzoeksrapport is gewijzigd in twee toetscodes: TOETS-06 is toegevoegd. Naam TOETS-01 gewijzigd in Project Informatie Document.		

## Praktijkgerichte Online Communicatie POCONL01

Algemene informatie Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Praktijkgerichte Online Communicatie
Naam cursus lang Engelstalig	Practical Online Communication
Naam cursus kort Nederlandstalig	Praktijkgerichte Online Communicatie
Naam cursus kort Engelstalig	Practical Online Communication
Code cursus	POCONL01
Onderwijsperiode	P1N&P2N of P3N&P4N
Studiepunten	12,5 EC
Studielast in uren	350
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Eén dag per week – de vrijdag- zit je bij een zelf geworven opdrachtgever om hem/haar te helpen bij de optimalisatie van online kanalen. Eén dagdeel ben je in de halve klas op school onder begeleiding van je tutor aan het werk voor je opdrachtgever in een werkplaatsachtige setting. Daarnaast krijg je ondersteunende lessen in online technieken, professionele houding, communicatieve vaardigheden, design en Engels. Je gebruikt Google, Meta, AI en aanvullende sociale kanalen om content te maken en maakt en/of optimaliseert de website. Periodiek meet je de effecten en zet deze af tegen een 0-meting en doelen. Uiteindelijk draag je je adviezen over aan je opdrachtgever in de vorm van een handboek voor de opdrachtgever.</p> <p>In dit project komen de rollen Webweter en Contentmaker uit de propedeuse terug.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Koers bepalen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie</b> (corporate, branding, intern, publiek, marcom). Hierbinnen <b>formuleren verschillende opties</b>, afwegen opties en <b>beste keuze maken</b>.</li> <li>○ <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept</b>.</li> </ul> </li> <li>– Realiseren <ul style="list-style-type: none"> <li>○ De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen <b>conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren</b> door middel van creatieve, betekenisvolle <b>content en design</b>.</li> <li>○ <b>Inzichtelijk maken (visueel) van customer/employer/stakeholder journey om in te spelen op touchpoints</b>. Door analyseren data en door het gesprek aan te gaan met de doelgroep.</li> </ul> </li> <li>– Draagvlak creëren <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in <b>goede banen leiden van verwachtingen</b> betrokkenen en belanghebbenden.</li> </ul> </li> </ul> <p>Alle bovenstaande competenties worden getoetst in een eenvoudige context- niet complexe organisaties.</p>



	<p><b>2. Houding (profskills):</b> <i>Summatief</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoekende houding hebben</li> <li>- Plannen en prioriteren</li> <li>- Flexibel zijn</li> <li>- Reflecteren</li> <li>- Innoveren</li> <li>- Ethisch besef hebben</li> </ul> <p><b>3. Kennen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Online Communicatie <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>SEO, SEA, Contentmarketing, Customer Journey, Social media marketing, E-mailmarketing, Digital Analytics, Online beïnvloeding, trends en ontwikkelingen, AI prompts</i></li> </ul> </li> <li>- Onderzoekend Vermogen <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>Onderzoek doen naar organisatie, kanalen, customer journey, trends en ontwikkelen, beïnvloedingstechnieken, communicatiethema's</i></li> </ul> </li> <li>- Beeldtaal <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>Gesprekstechnieken, InDesign, English business writing</i></li> </ul> </li> </ul>
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	n.v.t.
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Verplichte software/ verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams

Tentaminering				
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Interactief handboek (pdf)	Reflectie stage en beoordeling bedrijfscoach (professionele houding)	English report (e-mails) on digital marketing tools	Vraaggesprek en plan van aanpak
<b>Naam Engelstalig</b>	Interactive Manual (pdf)	Reflection and Assessment Company Coach (Professional Attitude)	English E-mails	Interview and Planning
<b>Code Osiris</b>	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03	TOETS-04
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCOde Rood en APA-alarm</p> <p><b>Interactief handboek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je kan Google certificaat Basis Online Marketing + certificaat/cursus naar keuze behalen</li> <li>• Je kan input uit een vraaggesprek omzetten in een plan van aanpak</li> <li>• Je kan realistische doelen opstellen</li> <li>• Je kan een 0-meting uitvoeren</li> <li>• Je kan een keywordanalyse uitvoeren</li> </ul>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Je laat zien dat je weet aan welke knoppen je kan draaien om doelstellingen te halen.</li> <li>• Je kan content creëren die nodig is om de beoogde doelen te behalen.</li> <li>• Je kan uitkomsten vertalen naar inzicht en adviezen, en deze overbrengen op de opdrachtgever in de vorm van een overzichtelijk, gebruiksvriendelijk en interactief vormgegeven handboek.</li> </ul> <p><b>Reflectie en beoordeling bedrijfscoach</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je gaat op een onderzoekende en nieuwsgierige manier om met diversiteit binnen de beroepscontext en kunt je gedrag hierop aanpassen. Je kan omgaan met onzekerheden. (flexibel zijn)</li> <li>• Je genereert en past nieuwe en creatieve ideeën toe. Je kan kansen herkennen en hiervoor steun zoeken. Je neemt hier eigenaarschap op. (innoveren)</li> <li>• Je bent je bewust van je talenten en competenties en durft uit te gaan van je eigen leervermogen en je vermogen om waarde toe te voegen. Je kunt reflecteren op eigen handelen en de uitvoering van een taak en daarbij toelichten wat je intentie, doelen en verwachtingen zijn. Je bent bereid om op basis van je bevindingen je gedrag aan te passen en nieuwe doelen te stellen, waarop opnieuw gereflecteerd wordt. (reflecteren)</li> <li>• De student besteedt aandacht aan de relatie, toont zich sociaal communicatief vaardig, kan samenwerken en is betrokken, kan zich verplaatsen in een ander (samenwerken).</li> <li>• Je kunt op een afgebakend gebied sturing geven en stelt daarbij realistische doelen en prioriteiten. Je bent je bewust van sterke kanten en valkuilen en pakt werkzaamheden proactief op en evalueert het proces en het resultaat. (plannen en prioriteren)</li> <li>• Je hebt oog voor maatschappelijke ontwikkelingen en kan je ertoe verhouden. Je bent je bewust van je moreel kompas en zet deze in waar nodig. Je durft een standpunt in te nemen en handelt naar jouw eigen normen en waarden en houdt rekening met die van een ander (ethisch besef hebben)</li> </ul> <p><b>English report</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je kan een rapportage (e-mails) schrijven in begrijpelijk Engels over het gebruik van digitale tools zoals Google Analytics, Google Ads of Monitoring tools.</li> </ul> <p><b>Vraaggesprek feedback</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je kunt beoordelen of iemand een vraaggesprek effectief voert om de benodigde informatie op te halen.</li> <li>• Je kunt beoordelen of iemand zich een professionele gesprekspartner toont.</li> <li>• Je kunt beoordelen of iemand de juiste informatie weet te filteren uit het vraaggesprek in een plan van aanpak.</li> </ul>			
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-O	PORT-O	KENN-O	PROD-O
<b>Tentamentype</b>	Interactief handboek (pdf)	Reflectie en beoordeling bedrijfscoach (professionele houding)	BYOD ANS	Feedback op verwerking informatie vraaggesprek in pva door medestudent. Docent beoordeelt

				feedback en geeft eindoordeel pva.
<b>Weging deeltentamen</b>	55%	35%	10%	Voorwaardelijk
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5	5,5	V
<b>Tentamenmomenten</b>	Einde P2N en P4N	Einde P2N en P4N	P2N/P4N	P1N/P3N
<b>Herkansing</b>	herkansing i.o.m. docent	herkansing i.o.m. docent	P3N/P5N	herkansing i.o.m. docent
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	60 minuten	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	(online) woordenboek	Video + plan van aanpak
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.			

## D-Cluster

### Startweek en de Professional STARPR02

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Startweek en de Professional
Naam cursus lang Engelstalig	Starting up and the Professional
Naam cursus kort Nederlandstalig	Startweek en de Professional
Naam cursus kort Engelstalig	Starting up and the Professional
Code cursus	STARPR02
Onderwijsperiode	P1N, P2N, P3N en P4N
Studiepunten	3 EC
Studielast in uren	84
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	Je hebt het A- en B-cluster doorlopen en de TOETS-01 - Eindbalans van de Professional leerlijn 1 (PROFES31) afgerond.
Algemene omschrijving	<p><b>Startweek</b> Je start het tweede jaar met een startweek waarin we in compacte snelle opdrachten kennis ophalen uit de propedeuse en je introduceren in de theorie van het tweede jaar. Je ontwikkelt in groepsverband een geïntegreerd communicatieplan voor een externe opdrachtgever. Ook krijg je in de startweek een kennismaking met je klas met een vooruitblik op het tweede jaar.</p> <p><b>PROF</b> In de weken erna krijg je een DiSCtraining van je PROFdocent. Je krijgt een uitgebreide, betaalde DISC-test en uitleg hoe je dit het beste kunt gebruiken voor je eigen ontwikkeling. Daarnaast ga je zien hoe je de DISC-test kunt gebruiken in de omgang met anderen qua communicatiestijl. Je maakt een start met jouw persoonlijk portfolio (Ik-DOC) voor jaar twee waarin je concrete doel(en) stelt en aan de hand van reflecties laat zien hoe je je hierop ontwikkelt in het tweede jaar.</p> <p>Gedurende het eerste semester begeleidt de PROFdocent je op je professionele skills en studievoorgang. Je hebt minimaal twee individuele gesprekken met je PROFdocent.</p> <p>In het tweede semester geeft de stagecoördinator en je PROFdocent je handvatten en informatie ter voorbereiding van je stage en minor. Deze uren worden in het reguliere onderwijs ingeroosterd en bevatten een algemene kickoff, intervisies en waar nodig individuele begeleiding. Een van de doelen van prof leerjaar 2 is dat je je goed oriënteert op de stage leerjaar 3 en een goede keuze kan maken. De PROFdocent ondersteunt je hierbij.</p>

	<p><b>PROF Eindgesprek en stagevoorbereiding</b>  Het tweede jaar wordt in periode 4 afgesloten door in een eindgesprek terug te blikken op het geleerde uit jaar 2 en vooruit te kijken naar je stage en minor aan de hand van je persoonlijk portfolio.</p> <p><b>Taaltoets NL</b>  Tijdens dit studiejaar moet je laten zien dat je de regels van de Nederlandse taal kent op 4F-niveau (in de propedeuse was dit nog 3F-niveau). Dit doe je doe door zelfstandig de regels te leren en oefenen via <a href="http://www.hogeschooltaal.nl">www.hogeschooltaal.nl</a>. De taaltoets wordt 4 x per jaar aangeboden, je kunt dus zelf kiezen wanneer je de toets maakt. LET op: de toets wordt 4 x aangeboden, maar je krijgt maar twee kansen.</p>
<p><b>Leeruitkomsten</b></p>	<p><b><u>Startweek</u></b></p> <p><b>1. Overkoepelend</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koers bepalen</li> <li>o Vertalen van inzicht in ontwikkelingen tot een communicatiestrategie</li> <li>o Genereren ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept.</li> <li>- Realiseren</li> <li>o Creëren relevante content (dmv bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> </ul> <p><b>4. Kunnen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoek</li> <li>- (Beeld)taal</li> </ul> <p><b><u>PROF Eindgesprek en stagevoorbereiding</u></b></p> <p><b>2. Houding (profskills)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reflecteren</li> <li>o Je reflecteert op je persoonlijke en professionele ontwikkeling in het tweede leerjaar.</li> </ul> <p><b><u>Nederlands</u></b></p> <p><b>4. Kunnen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (Beeld)taal</li> </ul> <p>Je beheerst de regels van de Nederlandse taal op 4F-niveau op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl.</p>
<p><b>Deelnameplicht onderwijs</b></p>	<p>Aanwezigheid tijdens de les wordt verwacht, aangezien je gedurende de lessen wordt gecoacht op stage-voorbereiding en reflecteren.</p>
<p><b>Maximum aantal deelnemers</b></p>	<p>n.v.t.</p>
<p><b>Compensatiemogelijkheid</b></p>	<p>n.v.t.</p>

Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	n.v.t.		
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Tentaminering</b>			
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Startweek	PROF eindgesprek	Taaltoets Nederlands
<b>Naam Engelstalig</b>	Start Up Week	PROF Oral Evaluation	Language Test Dutch
<b>Code Osiris</b>	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p><b>Startweek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Student kan een communicatievraagstuk van een opdrachtgever analyseren.</li> <li>• Student kan onderzoeksresultaten vertalen naar een passend en creatief communicatie-advies voor de opdrachtgever.</li> <li>• Student kan relevante en creatieve content creëren.</li> <li>• Student weet hoe kennis van het eerste jaar specifiek toe te passen in een advies.</li> </ul> <p><b>PROF Eindgesprek en stagevoorbereiding</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Student reflecteert op het afgelopen jaar en kijkt vooruit naar stage en minor aan de hand van passend beroepsproduct waarin student zich adhv de profskills voorstelt aan het gevonden stagebedrijf. Student is vrij in keuze van beroepsproduct, maar is passend en relevant bij student en gekozen stage-organisatie. Dit beroepsproduct wordt ingeleverd voor het eindgesprek en in het eindgesprek licht de student het beroepsproduct toe.</li> <li>• Student laat in het eindgesprek merken zich te hebben ontwikkeld op de 8 profskills en te weten waar talent en ontwikkeling zit. Ook laat student zien nagedacht te hebben over welke communicatierollen en welke communicatiecontexten er zijn en welke er bij hem/haar past.</li> </ul> <p><i>Student dient ter voorbereiding voor het eindgesprek een profportfolio met reflectie over de ontwikkeling van de profskills leerjaar 2 en de stagevoorbereidingsopdrachten naar behoren in te leveren.</i></p> <p><b>Taaltoets Nederlands</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Student beheerst de Nederlandse taal 4Fniveau 80 % op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl.</li> </ul>		
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-O	PROD-O	KENN-O
<b>Tentamentype</b>	Presentaties	Beroepsproduct/ eindgesprek	BYOD HTT
<b>Weging deeltentamen</b>	100%	n.v.t	n.v.t.
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	V	V
<b>Tentamenmomenten</b>	P1N	P4N	P1N en P3N
<b>Herkansing</b>	In overleg met de docent	In overleg met de docent	P2N en P5N

<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	90 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Toets stagevoorbereiding is komen te vervallen en is randvoorwaardelijk geworden voor het prof eindgesprek. Cursuscode STARPR01 is gewijzigd in STARPR02		

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Adviesbureau
Naam cursus lang Engelstalig	Consultancy
Naam cursus kort Nederlandstalig	Adviesbureau
Naam cursus kort Engelstalig	Consultancy
Code cursus	ADVIEB05
Onderwijsperiode	P2N of P4N
Studiepunten	10,5 EC
Studielast in uren	294
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>In het adviesbureau ga je aan de slag met een opdracht voor een strategisch merkadvies.</p> <p>In groepsverband ontvang je een briefing met hierin de opdracht van de opdrachtgever (docent). Op basis hiervan maak je een debriefing die als basis dient voor je advies.</p> <p>Je bedenkt een strategie voor het vraagstuk dat je gekregen hebt en baseert hierop een positionering en merkconcept. Dat merkconcept vertaal je in woord en beeld door middelen te maken voor de opdracht.</p> <p>Uiteindelijk moet je met je groep je advies pitchen voor de opdrachtgever (docent).</p> <p>In de PRO lessen werk je aan je advies, maar leer je ook veel over branding. Buiten de lessen om werk je regelmatig met je groep in stappen om uiteindelijk een sterk merkadvies op te leveren.</p> <p>Bij de lessen Copywriting en Design werk je aan een Brand Manual en de creatie van de (individuele) middelen, zowel in tekst als in beeld. De doorvertaling van een merkconcept naar woord en beeld staat hierin centraal.</p> <p>Bij de lessen Engels ga je ahv negotiations leren hoe je het beste kunt omgaan met meningsverschillen. Dit doe je gestructureerd en met inachtneming van de professionele beleefdheidsvormen en in begrijpelijk Engels (ERK B2).</p> <p>In deze cursus komen de Merkenbouwer, Mediakenner en Contentmaker uit leerjaar 1 terug.</p>



<p><b>Leeruitkomsten</b></p>	<p><b>1. Overkoepelend</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koers bepalen, <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie</b> (corporate, branding, intern, publiek, marcom). Hierbinnen <b>formuleren verschillende opties</b>, afwegen opties en <b>beste keuze maken</b>.</li> <li>○ Uit analyse <b>communicatiekansen voorspellen en signaleren en maken van (segmentatie)keuzes</b> die passen bij de organisatiestrategie.</li> <li>○ <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept</b>.</li> </ul> </li> <li>• Draagvlak creëren: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inleven in de gesprekspartner, goed luisteren en oppikken relevante signalen om zo <b>weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren</b>.</li> <li>○ Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in <b>goede banen leiden van verwachtingen</b> betrokkenen en belanghebbenden.</li> </ul> </li> <li>• Realiseren: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen <b>conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren</b> door middel van creatieve, betekenisvolle <b>content en design</b>.</li> <li>○ Het gaat om het <b>verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie</b> op basis van strategie.</li> <li>○ <b>Inzichtelijk maken (visueel) van customer/employer/stakeholder journey om in te spelen op touchpoints</b>. Door analyseren data en door het gesprek aan te gaan met de doelgroep.</li> <li>○ <b>Creëren relevante content</b> (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> <li>○ <b>Beoordelen van concepten van zichzelf en van anderen</b> op criteria als originaliteit, haalbaarheid, relevantie en usability.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>3. Kennen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (Beeld)taal</li> <li>• Marcom &amp; Accountability</li> <li>• Onderzoekend vermogen</li> </ul> <p><b>4. Kunnen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderzoek</li> <li>• (Beeld)taal</li> </ul>
<p><b>Deelnameplicht onderwijs</b></p>	<p>Aanwezigheid tijdens de les wordt verwacht</p>

<b>Maximum aantal deelnemers</b>	n.v.t.		
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	Voor de toets van Middel (toets -04) geldt dat het onderdeel COP en DES niet gecompenseerd kunnen worden en afzonderlijk met minimaal een 5,5 moeten worden afgerond.		
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Tentaminering</b>			
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Debriefing	Adviespresentatie	Tentamen branding
<b>Naam Engelstalig</b>	Debriefing	Consulting Pitch	Exam Branding
<b>Code Osiris</b>	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCOde Rood en APA-alarm</p> <p>Debriefing: De student is in staat tot:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correcte verslaglegging van de briefing</li> <li>• Heldere en correcte formulering van het vraagstuk</li> <li>• Heldere en correcte formulering van de doelstellingen</li> </ul> <p>Adviespresentatie: de student kan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie bepalen en onderbouwen vanuit onderzoek en theorie (Merkanalyse, Doelgroepanalyse, Concurrentieanalyse)</li> <li>• Een goede en passende positionering bepalen</li> <li>• Een merkconcept bedenken dat aansluit, consistent en passend is</li> <li>• Middelen bedenken die passen bij strategie vraagstuk</li> <li>• Strategie, Concept &amp; Middelen bedenken (samen campagne) die bijdragen aan oplossing vraagstuk en aanzetten tot gewenste actie</li> <li>• Op een professionele en overtuigende manier presenteren-</li> </ul> <p>Kennistoets De student heeft kennis van het begrip merk, identiteit, brand design model, merkwijzer, merkstrategie, merkactivatie en customer journey.</p> <p>Middel. De student kan een communicatiemiddel maken dat voldoet aan de volgende eisen</p> <p><u>Design</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concept is duidelijk herkenbaar in beeld van uitgewerkte middel</li> <li>• Beeld in middel is doel- en doelgroepgericht (duidelijk zichtbare call to action)</li> <li>• Professioneel uitgewerkte middel vertoont samenhang met de volledige middelenmix in design (typografie, kleur en beeld),</li> </ul> <p><u>Copywriting</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brandvoice is concreet en gedetailleerd uitgewerkt (groep)</li> <li>• Concept/boodschap is duidelijk herkenbaar in tekst van uitgewerkte middel</li> <li>• Tekst in middel is doel- en doelgroepgericht (duidelijke call to action + relevantie op persona)</li> <li>• Brandvoice is correct toegepast op de tekst in het middel waardoor samenhang ontstaat in de volledige middelenmix.</li> </ul>		

	Engels Bij Engels leert de student hoe je het beste kunt omgaan met meningsverschillen bij negotiations. Dit doe je gestructureerd en met inachtneming van de professionele beleefdheidsvormen en in begrijpelijk Engels (ERK B2).		
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-F	PERF-F	KENN-O
<b>Tentametype</b>	Debriefing	pitch	BYOD ANS
<b>Weging deeltentamen</b>	n.v.t.	40%	20%
<b>Minimaal oordeel</b>	V	5,5	5,5
<b>Tentamenmoment</b>	P2N/P4N	P2N/P4N	P2N en P4N
<b>Herkansing</b>	Binnen de periode in overleg met de docent	Binnen de periode in overleg met de docent	P5N
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	90 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Middel	Engels	
<b>Naam Engelstalig</b>	Communication Tool	English	
<b>Code (deel)tentamen Osiris</b>	TOETS-04	TOETS-05	
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamen</b>	PROD-O	PROD-O	
<b>Tentametype</b>	Opdracht	Opdracht	
<b>Weging deeltentamen</b>	25%	15%	
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5	
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N en P4N	P2N en P4N	
<b>Herkansing</b>	Binnen de periode in overleg met de docent	Binnen de periode in overleg met de docent	
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Duur van tentamen kennistoets is aangepast van 60 naar 90 minuten		

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Communicatiebureau
Naam cursus lang Engelstalig	Communication Agency
Naam cursus kort Nederlandstalig	Communicatiebureau
Naam cursus kort Engelstalig	Communication Agency
Code cursus	COBUAA03
Onderwijsperiode	P1N+P2N en P3N+P4N
Studiepunten	7,5 EC
Studielast in uren	210
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	<p>Je werkt in het CO-bureau individueel en in een duo/groep aan opdrachten uit het werkveld/van de HAN. Je kiest in de eerste weken opdrachten vanuit interesse, maar gaat ook op zoek naar opdrachten uit het werkveld via je eigen netwerk. Daarnaast krijg je minimaal 1 opdracht toegewezen die je niet kunt kiezen. Het CO-bureau vindt wekelijks plaats en duurt in totaal 14 weken. Tijdens de eerste tentamen-herkansingsweek is er geen CO-bureau geroosterd, maar de werkzaamheden voor opdrachtgevers gaan wel door die week. Je rondt binnen de 14 weken tenminste 5 opdrachten af. Met name in semester twee kan meer dan 1 keer zelfstudie voorkomen. Dit heeft met de vele feestdagen in dat semester te maken.</p> <p>De leerlijn <u>De Professional</u> is in het eerste jaar vooral gericht op jezelf en het samenwerken met anderen binnen de schoolomgeving. In het tweede jaar wordt de beroepspraktijk, met begeleiding, hieraan toegevoegd ter voorbereiding op de stage in jaar 3. Deze beroepspraktijk uit zich in het samen werken en communiceren met opdrachtgevers.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiseren <ul style="list-style-type: none"> <li>o Het gaat om het verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>2. Houding (profskills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoekende houding hebben</li> <li>- Plannen &amp; prioriteren</li> <li>- Verbinden/netwerken</li> <li>- Flexibel zijn</li> <li>- Reflecteren</li> </ul> <p><b>3. Kennen (pijlers):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Professional</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projectmanagement</li> </ul>

<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	N.v.t.
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	N.v.t.
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	N.v.t.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	N.v.t.
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Tentaminering</b>	
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Digitaal Portfolio CO bureau
<b>Naam Engelstalig</b>	Digital Portfolio Communication Agency
<b>Code Osiris</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCOde Rood en APA-alarm</p> <p><b>Onderzoekende houding hebben:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De student toont een kritische, onderzoekende, nieuwsgierige houding voor verdieping in het maken van beroepsproducten en opdrachten.</li> <li>- De student stelt kritische vragen; maakt gebruik van verschillende bronnen.</li> <li>- De student maakt gebruik van onderbouwde argumentatie bij een beslissing.</li> <li>- De student dwingt zichzelf de scherpste te blijven opzoeken. Hij durft de status quo van een organisatie, product, dienst, beleving en/of netwerk te bediscussiëren. Daarbij heeft de student het vermogen om informatie onbevooroordeeld, open en onafhankelijk op zijn waarde te schatten.</li> <li>- De student weet dat redeneringen en de daarin gebruikte informatie niet per definitie aanvaardbaar zijn maar dat de gehanteerde kennis (soms) eerst op basis van criteria getoetst en bevestigd moet worden. Hij neemt goed afgewogen beslissingen en baseert zijn communicatieadvies op betrouwbare informatie die hij al dan niet zelf verzameld heeft.</li> </ul> <p><b>Reflecteren:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De student is zich bewust van eigen functioneren en reflecteert hierop aan de hand van ontvangen en gevraagde feedback, bijvoorbeeld aan de hand van het DISC-profiel. De student bedenkt acties voor en toont transfer op leerdoelen ten behoeve van de professionele vaardigheden.</li> <li>- De student reflecteert op gedragingen door vragen stellen over zijn gedrag in een specifieke situatie; eigen input te geven over eigen gedrag (hoe vond ik het gaan), intervisie kan houden over zijn gedrag in een bepaalde situatie en het gedrag van anderen in kaart kan brengen met de DISC.</li> <li>- De student heeft een kritisch zelfoordeel en open houding, is bereid naar zichzelf te kijken, vraagt om feedback, reageert hier professioneel op en weet feedback om te zetten in acties. Hij zoekt actief naar persoonlijke feedback, stelt zich kwetsbaar op en laat zien over een reëel inzicht in de eigen sterke en zwakke punten te beschikken.</li> <li>- De student draagt bij aan een feedbackcultuur, waarbij hij anderen stimuleert in hun persoonlijke ontwikkeling door het geven van feedback in een open verstandhouding. Daarnaast heeft de student inzicht in de eigen ambities als professional en kan zijn eigen rol</li> </ul>

	<p>beschrijven, formuleren en zichtbaar maken (personal branding).</p> <p><b>Flexibel zijn:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De student anticipeert op tussentijdse veranderingen bij het maken van beroepsproducten zoals anticiperen op tussentijdse feedback, het aanpassen van de persoonlijke agenda ten behoeve van het groepsbelang, etc.</li> <li>- De student observeert zijn omgeving en kan aanpassen aan deze omgeving waar nodig, stuurt gedrag bij waar nodig, om de verbinding met de omgeving te houden (adapteren). De student kan effectief reageren op de omgeving (bv a.h.v. DISC). De student kan problemen oplossen door nieuwe manieren, verder denken dan gangbare oplossing (proactief anticiperen). De student toont lef, stapt uit comfortzone. In onbekende situaties resultaat bereiken door onderbouwing (a.h.v. verschillende bronnen).</li> <li>- De student is breed inzetbaar en kan (proactief) inspelen op tussentijdse of toekomstige veranderingen in het werkproces en kan waar nodig oplossingsgericht handelen.</li> </ul> <p><b>Verbinden/netwerken (communicatief vaardig):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De student kan zich inleven in de beleving, voorkennis, behoeften, standpunten, en situatie in van teamgenoten en doelgroepen. De student heeft een klein professioneel netwerk opgebouwd via LinkedIn waarbij zijn merkessentie in het profiel naar voren komt.</li> <li>- De student heeft zijn eigen netwerk in kaart en is proactief hierin (zowel online als offline).</li> <li>- De student zorgt voor verbinding en afstemming binnen zijn netwerk.</li> <li>- De student brengt het netwerk binnen en rondom de organisatie in beeld en betreft nieuwe netwerken bij de organisatie als dat nodig is. Hij helpt medewerkers om (organisatie)waarden te kunnen vertalen naar hun communicatief handelen om zo de communicatie-effectiviteit van medewerkers en teams te vergroten en de organisatie communicatiever te maken</li> </ul> <p><b>Plannen en prioriteren:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De student geeft sturing aan eigen leer- en werkprocessen door het stellen van prioriteiten en realistische doelen.</li> <li>- De student maakt een realistisch plan en komt deze na; student komt voorbereid naar afspraken; de student stemt af met betrokkenen.</li> <li>- De student heeft een goede balans in hulp vragen en zelfstandig werken.</li> <li>- De student heeft een efficiënt en effectief werktempo.</li> <li>- De student is in staat middels een projectmatige planning en binnen een bepaald budget vooraf helder geformuleerde doelen te realiseren. Hij werkt daarbij agile zodat er ingespeeld kan worden op de steeds veranderende werkelijkheid.</li> </ul>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O
<b>Tentamentype</b>	Digitaal Portfolio
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N en P4N
<b>Herkansing</b>	In overleg met docent
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
---	--------

## Communicatieve Organisatie COMMOR02

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Communicatieve Organisatie
Naam cursus lang Engelstalig	Communication in organisations
Naam cursus kort Nederlandstalig	Communicatieve Organisatie
Naam cursus kort Engelstalig	Communication in organisations
Code cursus	COMMOR02
Onderwijsperiode	P1N & P3N
Studiepunten	10,5 EC
Studielast in uren	294
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	N.v.t.
Algemene omschrijving	<p><b>Opdrachtgever</b> De projectgroep van vijf studenten werft voor de start van de module zelf een opdrachtgever. Deze opdrachtgever biedt een tactisch vraagstuk rondom gedragsverandering bij medewerkers.</p> <p>De projectgroep houdt in de eerste week van de module een online vraaggesprek met de opdrachtgever. In de vierde week komen de studenten op locatie bij de opdrachtgever voor twee focusgroepen. In de zevende week is de opdrachtgever aanwezig bij een conceptpresentatie van het advies op de HAN. De studenten ontvangen hier feedforward van de opdrachtgever. In diezelfde week ontvangt de opdrachtgever het aangepaste schriftelijke advies.</p> <p><b>Analyse</b> De projectgroep voert een analyse uit van het probleem aan de hand van deskresearch (organisatiescan) en fieldresearch (vraaggesprek met opdrachtgever en twee focusgroepen).</p> <p>Kennislessen over interne communicatie (INT) en gedrag (GDR) voorzien in benodigde theorie voor de analyse en het advies.</p> <p>Tijdens projectlessen (PRO) begeleiden de docenten van INT en GDR de studenten bij het opzetten van de analyse en het uitwerken van het advies.</p> <p>Tijdens vaardigheden trainingen (FOC) begeleiden de docenten INT en GDR studenten bij het opzetten van focusgroepen met medewerkers.</p>

	<p><b>Advies</b> De studenten vertalen inzichten vanuit hun analyse en feedforward van de opdrachtgever naar een communicatieadvies. Hierbij passen zij theorie van interne communicatie en gedragsverandering toe.</p> <p><b>Individueel adviesgesprek</b> Tussentijds wordt kennis van interne communicatie en gedragsverandering individueel getoetst. Dit gebeurt aan de hand van een adviesgesprek op basis van een eerder ontvangen casus. De student koppelt conclusies vanuit de gegeven casus aan theorie en stelt oplossingen voor.</p> <p><b>Engels</b> De studenten maken een individueel geschreven editorial in het Engels (ERK B2). Hierbij kijken zij vanuit meerdere perspectieven naar een sociaal issue en moeten zij stelling innemen. Studenten zijn in staat om vanuit meerdere invalshoeken het issue te bekijken. Juist brongebruik (APA) en formele schrijfstijl behorend bij een editorial zijn van belang.</p> <p>De student past bij de Communicatieve organisatie kennis toe die is opgedaan bij de Organisatieontdekker in jaar 1.</p>
<p><b>Leeruitkomsten</b></p>	<p><b>1. Overkoepelend</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Koers bepalen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (intern). Hierbinnen formuleren verschillende opties, afwegen opties en beste keuze maken.</li> <li>• Uit analyse communicatiekansen voorspellen en signaleren en maken van (segmentatie)keuzes die passen bij de organisatiestrategie.</li> <li>• Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept.</li> </ul> </li> <li>– Draagvlak: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inleven in de gesprekspartner, goed luisteren en oppikken relevante signalen om zo weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren.</li> <li>• Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in goede banen leiden van verwachtingen betrokkenen en belanghebbenden.</li> <li>• Organiseren interactie en samenwerking en zorgen voor ontmoetingen; faciliteren dialoog, bijdragen aan kwaliteit van gesprekken in de organisatie.</li> <li>• Begeleiden medewerkers on the job en off the job in hun communicatief handelen. Geven van instructie. Ondersteunen verandertrajecten.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>2. Houding</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Onderzoekende houding. Organiseren en houden van focusgroepen.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verbinden/netwerken. Werven en contact met opdrachtgever.</li> <li>- Reflecteren. Feedforward ontvangen en hierop acties ondernemen.</li> </ul> <p><b>3. Kennen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interne communicatie</li> <li>- Gedrag</li> </ul> <p><b>4. Kunnen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoek. Focusgroepen.</li> </ul>		
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.		
<b>Maximum/minimum aantal deelnemers</b>	n.v.t.		
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.		
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving leerstof</b>	Zie studiehandleiding op Teams		
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	n.v.t.		
<b>Tentaminering</b>			
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Editorial writing	Advies interne communicatie en gedrag	Adviesgesprek oplosrichting
<b>Naam Engelstalig</b>	Editorial Writing	Advice Internal Communication and Behaviour	Interview Targeted Solutions
<b>Code Osiris</b>	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCOde Rood en APA-alarm</p> <p><b>Engels editorial writing</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Structure and framework</li> <li>2. Linking</li> <li>3. Conciseness</li> <li>4. Language and style</li> </ol> <p><b>Advies interne communicatie en gedrag</b></p> <p>Student stelt vanuit analyse en theorie onderbouwde en meetbare interventies voor die aansluiten bij:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. het probleem/doelgedrag, gekozen doelstellingen en strategie</li> <li>2. de rol van de spelers (bv. trainer, gebruiker, coach, informeel leider)</li> <li>3. de communicatieverantwoordelijkheden van de spelers (bv. faciliteren in info brengen/halen)</li> <li>4. de organisatie (bv. cultuur)</li> <li>5. de COM-B elementen van de spelers (bv. capaciteit)</li> <li>6. de specifieke weerstand van de spelers (bv. inertia)</li> </ol>		

	<p>7. het doelgedrag, de spelers en de organisatie en kiest passende beïnvloedingstechnieken (bv. Cialdini, nudging en weerstand oplossen)</p> <p><b>Adviesgesprek oplosrichting</b></p> <p>Student stelt beargumenteerd oplossingen voor die aansluiten bij analyse en theorie:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. het probleem/doelgedrag</li> <li>2. de rol van de spelers (bv. trainer, gebruiker, coach, informeel leider)</li> <li>3. de communicatieverantwoordelijkheden van de spelers (bv. faciliteren in info brengen/halen)</li> <li>4. de organisatie (bv. cultuur)</li> <li>5. de COM-B elementen van de spelers (bv. capaciteit)</li> <li>6. de specifieke weerstand van de spelers (bv. inertia)</li> <li>7. gebruikt beïnvloedingstechnieken</li> </ol>		
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O	PROD-O	PART-F
<b>Tentamentype</b>	BYOD ANS	Schriftelijk beroepsproduct	CGI
<b>Weging deeltentamen</b>	15%	55%	30%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P1N en P3N	P1N en P3N	P1N en P3N
<b>Herkansing</b>	P5N	Binnen de periode i.o.m. docent	Binnen de periode i.o.m. docent
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Naam tentamen Engels TOETS-01 gewijzigd in Editorial writing.		

## E-Cluster

### Stage STAGEH14

<b>Algemene informatie Cursus</b>	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Stage
Naam cursus lang Engelstalig	Placement
Naam cursus kort Nederlandstalig	Stage
Naam cursus kort Engelstalig	Placement
Code cursus	STAGEH14
Onderwijsperiode	P1N&P2N of P3N&P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	De student heeft alle projecten en PROF uit jaar 1 en 2 behaald en de propedeuse afgerond. Er mogen max. 4 kennistoetsen / taaltoets 4F / individuele opdrachten open staan.
Algemene omschrijving	<p>Je werkt 21 weken mee als communicatieprofessional in een organisatie. Hierbij voer je onder begeleiding verschillende communicatieopdrachten en/of projecten uit, waarbij je kan reflecteren op eigen functioneren en op dat van anderen. Aan de hand <b>van het voortgangsdokument, feedback van anderen en een actieve bijdrage in de intervisies</b> laat je zien dat je beschikt over de juiste competenties op niveau 2.</p> <p>Tijdens de stage breng je 21 weken in de praktijk wat je de eerste twee jaar op school hebt geleerd en toont hiermee aan dat je competent bent op niveau 2.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>Kerngebieden:</b> Je kan door middel van zelfinzicht leerdoelen formuleren en vervolgens aantonen dat ze voldoen aan het juiste niveau. Dit doe je door voldoende bewijslast, gedurende 21 weken te verzamelen op onderstaande competenties en skills en deze op minimaal niveau 2 af te ronden (summatief). Inzicht geven en verantwoorden is hierbij van groot belang.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Projectmanagement</li><li>• Onderzoekend vermogen</li><li>• Inzicht &amp; verantwoorden</li><li>• (Beeld)taal</li></ul> <p>PROFskills</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Reflecteren</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plannen en prioriteren</li> <li>• Flexibel zijn</li> <li>• Samenwerken</li> <li>• Innoveren</li> <li>• Ethisch besef hebben</li> </ul>
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	Bij de kick-off, terugkomdagen (max 1 keer afwezig) en het beoordelingsmoment.
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	n.v.t.
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Tentaminering</b>	
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Voortgangsdocument meewerkstage
<b>Naam Engelstalig</b>	Progress Report Placement
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Aan de hand <b>van het voortgangsdocument, feedback van anderen en een actieve bijdrage in de terugkommomenten</b> laat je zien dat je beschikt over de juiste competenties en skills op niveau 2.</p> <p><b>HET DOORLOPEN PROCES IN WERKEN EN HANDELEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student begrijpt het doel van een project/taak en voelt zich eigenaar hierover. Deze kan de juiste informatie aan de betrokkenen terugkoppelen. Hierbij houdt deze (indien nodig) rekening met KPI's. (Projectmanagement)</li> <li>• De student ziet binnen een vraagstuk waar onderzoek van toegevoegde waarde is. Deze kan een gepast onderzoek opzetten en uitvoeren. (Onderzoekend vermogen).</li> <li>• De student verantwoordt gemaakte keuzes in handelen/producten/projecten, werkt doelgericht en kan aantonen welke resultaten je hebt behaald. (Inzicht en verantwoorden).</li> <li>• De student kan doelgroepgericht schrijven in foutloos Nederlands/Engels. Deze kan hierbij passend beeld en vormgeving conform de huisstijl inzetten. (Beeldtaal)</li> </ul> <p><b>SKILLS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De student kijkt kritisch naar zichzelf en is zich bewust van eigen functioneren binnen de organisatie. Op basis hiervan formuleert de student leerdoelen, die worden omgezet in acties zodat de student zich op persoonlijk en professioneel vlak verbetert. Hierbij is de student in staat om tussentijds terug te kijken m.b.v. feedback van anderen om eventueel leerdoelen bij te stellen. (Reflecteren).</li> <li>• De student geeft pro-actief sturing aan eigen leer- en werkprocessen door het stellen van prioriteiten en realistische doelen. Zij/hij werkt de planning zelfstandig uit en kan hierbij tijdig afstemmen met anderen wanneer dat nodig is en/of stelt de juiste hulpvragen. De student heeft een goed werktempo die past bij de organisatie. (Plannen en prioriteren)</li> <li>• De student is breed inzetbaar en kan (proactief) inspelen op tussentijdse veranderingen in het werkproces en stelt (indien nodig) bijhorende doelen en planning bij. Deze kan waar nodig oplossingsgericht handelen. (Flexibel inzetbaar)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De student toont een professionele houding tijdens het samenwerken met deskundigen / collega's en kan op een prettige manier met anderen meedenken, meewerken en feedback geven om een gezamenlijk resultaat te bereiken. Hierbij staat hij/zij open voor het leren met en van anderen. (Samenwerken)</li> <li>• De student initieert of werkt mee aan vernieuwing om zo bij te dragen aan het verbeteren van een product of werkproces en/of laat creativiteit zien tijdens het uitvoeren van werkzaamheden. (Innoveren)</li> <li>• Tijdens het handelen/uitvoeren van werkzaamheden heeft de student oog voor de (maatschappelijke) omgeving en weet deze volgens eigen normen en waarden, en de bedrijfsethiek van de organisatie te handelen. De student maakt wanneer nodig weloverwogen keuzes. (Ethisch besef hebben).</li> </ul> <p>De competenties dienen met een voldoende beoordeeld te worden, hierbij mogen er max. 2 beoordelingscriteria met een onvoldoende beoordeeld zijn (geen beeldtaal)</p>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O
<b>Tentamentype</b>	Integrale toets; het functioneren op de stageplek. De opgeleverde beroepsproducten worden verzameld in een portfolio inclusief verantwoordingsdocument
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	6
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N en P4N (2.8 of 4.8)
<b>Herkansing</b>	P2N en P4N (2.10 of 4.10) Wanneer de student na 2 kansen geen voldoende heeft behaald, kan de student in het eerstvolgende semester het onderwijs opnieuw volgen en de toets herkansen. De student heeft dan 2 nieuwe kansen.
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

## G-Cluster

### De Community COMMUN06

<b>Algemene informatie cursus</b>	
<b>Naam cursus lang Nederlandstalig</b>	De Community
<b>Naam cursus lang Engelstalig</b>	The Community
<b>Naam cursus kort Nederlandstalig</b>	De Community
<b>Naam cursus kort Engelstalig</b>	The Community
<b>Code cursus</b>	COMMUN06
<b>Onderwijsperiode</b>	P1N + P2N / P3N + P4N
<b>Studiepunten</b>	30 EC
<b>Studielast in uren</b>	840
<b>Onderwijstijd (contacturen)</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Ingangseisen</b>	<p>Je hebt stage met een voldoende afgerond.</p> <p>Deze cursus is een verplicht onderdeel van de opleiding.</p>
<b>Algemene omschrijving</b>	<p>Je werkt in duo's en ontwikkelt communicatievisie naar aanleiding van een zelfgekozen betekenisvol vraagstuk.</p> <p>Je toont gedurende het traject aan dat je klaar bent om te gaan afstuderen in het beroepenveld. Alle competenties en professional skills komen aan bod, de mate waarin, is afhankelijk van het vraagstuk en de leervraag.</p> <p>De Community is aanvullend op jaar 1, 2 en 3 en is een voorbereiding op het afstuderen: je neemt je leerpunten mee in de roadmap voor het afstuderen.</p> <p>In deze module ontwikkel je je onderzoekende vermogen op het niveau van een beginnend beroepsprofessional. Je zet onderzoek op en voert dit uit en daarnaast interpreteer en gebruik je het onderzoek van derden. De opdracht bouwt voort op eerder verworven onderzoekscompetenties en vormt het sluitstuk van de onderzoeksleerlijn. Hiermee ontstaat de basis voor een toepassingsgerichte benadering in het afstuderen.</p> <p>Bij Engels kijk je of de Engelse taalvaardigheid op het ERK B2-C1 niveau beheerst. Dit doe je door het maken van drie opdrachten op de gebieden van kennis, spreken en schrijven. Je gaat direct met deze opdrachten aan de slag. De resultaten laten zien of je het eindniveau beheerst en of je deel zult nemen aan de lessen.</p>
<b>Leeruitkomsten</b>	<b>1. Overkoepelend:</b>  – Koers bepalen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in <b>Communicatiestrategie</b>.</li> <li>○ <b>Begrijpen</b> relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauzzijside als organisatiezijside <b>meedenken en adviseren over strategie</b> van de gehele organisatie.</li> <li>○ <b>Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie</b> (corporate, branding, intern, publiek, marcom). Hierbinnen <b>formuleren verschillende opties</b>, afwegen opties en <b>beste keuze maken</b>.</li> <li>○ Uit analyse <b>communicatiekansen voorspellen</b> en <b>signaleren</b> en <b>maken van (segmentatie)keuzes</b> die passen bij de organisatiestrategie.</li> <li>○ <b>Generen ideeën</b> die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze <b>vertalen naar een betekenisvol concept</b>.</li> </ul> <p>– Realiseren</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen <b>conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren</b> door middel van creatieve, betekenisvolle <b>content en design</b>.</li> <li>○ Het gaat om het <b>verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie</b> op basis van strategie.</li> <li>○ <b>Inzichtelijk maken (visueel) van customer/employer/stakeholder journey om in te spelen op touchpoints</b>. Door analyseren data en door het gesprek aan te gaan met de doelgroep.</li> <li>○ <b>Creëren relevante content</b> (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> <li>○ <b>Beoordelen van concepten van zichzelf en van anderen</b> op criteria als originaliteit, haalbaarheid, relevantie en usability. o Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties.</li> </ul> <p>– Draagvlak creëren</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inleven in de gesprekspartner, goed luisteren en oppikken relevante signalen om zo <b>weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren</b>.</li> <li>○ Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in <b>goede banen leiden van verwachtingen</b> betrokkenen en belanghebbenden.</li> <li>○ Overtuigend optreden en <b>voor de Bühne brengen van standpunten</b> zowel intern als extern en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie.</li> <li>○ <b>Representeren</b> van de organisatie en optreden als <b>ambassadeur</b> voor het bedrijf wanneer hij gevraagd of ongevraagd in de openbaarheid treedt.</li> <li>○ Organiseren interactie en samenwerking en zorgen voor ontmoetingen; <b>faciliteren dialoog, bijdragen aan kwaliteit van gesprekken in de organisatie</b>.</li> <li>○ <b>Begeleiden medewerkers on the job en off the job in hun communicatief handelen</b>. Geven van instructie, begeleiding, feedback en coaching. <b>Begeleiden en ondersteunen verandertrajecten</b>.</li> </ul>
--	---

	<p><b>2. Houding (profskills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plannen en prioriteren</li> <li>• Verbinden/netwerken</li> <li>• Flexibel zijn</li> <li>• Samenwerken</li> <li>• Reflecteren</li> <li>• Innoveren</li> <li>• Ethisch besef hebben</li> <li>• Onderzoekende houding</li> </ul> <p><b>3. Kennen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (Beeld)taal <b>en/of</b></li> <li>• Marcom &amp; Accountability <b>en/of</b></li> <li>• Gedrag <b>en/of</b></li> <li>• Onderzoekend vermogen <b>en/of</b></li> <li>• Online Communicatie <b>en/of</b></li> <li>• Corporate Communicatie <b>en/of</b></li> <li>• Professional</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderzoek <b>en/of</b></li> <li>• Projectmanagement <b>en/of</b></li> <li>• (Beeld)taal</li> </ul>			
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.			
<b>Maximum/minimum aantal deelnemers</b>	n.v.t.			
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.			
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	n.v.t.			
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams			
<b>Tentaminering</b>				
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Project	Ethiek	Innoveren	Engels
<b>Naam Engelstalig</b>	Project	Ethics	Innovation	English
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03	TOETS-04
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PROD-O	PROD-O	PROD-O	PROD-O
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p><b>Project</b>          Koers bepalen          Realiseren          Draagvlak creëren          Onderzoek</p> <p><b>Professionele skills:</b>          Plannen en prioriteren          Onderzoekende houding          Verbinden          Flexibel zijn          Samenwerken          Reflecteren          Ethiek</p>			



	Innoveren			
	<b>Engels</b> Spreekvaardigheid Schrijfvaardigheid Op B2-C1 niveau			
<b>Tentamentype</b>	Inlever-opdracht	Inlever-opdracht	Inlever-opdracht	Project (Mondeling & schrijfoopdracht)
<b>Weging deeltentamen</b>	90%	Voorwaardelijk	Voorwaardelijk	10%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	V	V	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N/P4N 2.7/4.7	P1N/P3N	P1N/P3N	P1N/P2N of P3N/ P4N
<b>Herkansing</b>	In overleg met docent	In overleg met docent	In overleg met docent	In overleg met docent
	Wanneer de student na 2 kansen geen voldoende heeft behaald, vindt herkansing plaats in het eerstvolgende semester. De student heeft dan 2 nieuwe kansen.			
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	De cursus ONDEVE39 Onderzoekend Vermogen is onderdeel geworden van de cursus COMMUN06 De Community en is opgenomen binnen TOETS-01 Project. Het aantal studiepunten is gewijzigd in 30.			

## H-Cluster

### Afstudeerproject AFSPRB20

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Afstudeerproject
Naam cursus lang Engelstalig	Graduation Assignment
Naam cursus kort Nederlandstalig	Afstudeerproject
Naam cursus kort Engelstalig	Graduation Assignment
Code cursus	AFSPRB20
Onderwijsperiode	P1N, P2N, P3N, P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	Stage, minor, Onderzoekend Vermogen en De Community project en taaltoets niveau 2 gehaald.  Bij openstaande modules moet de student toestemming hebben van de SSLB'er om te starten met de afstudeeropdracht.
Algemene omschrijving	Het afstudeertraject is een beroepsvoorbereidende praktijkperiode met een verdiepend karakter. De student functioneert als aspirant beroepsbeoefenaar en zal op hbo-niveau meewerken in de dagelijkse praktijk van een bedrijf door het uitvoeren van diverse werkzaamheden behorende bij een communicatieproject en door het opleveren van verschillende beroepsproducten voor dat project. De student toont aan, met verschillende bewijsstukken en verantwoordingsdocumenten, dat hij voldoet aan de eisen van beroepsbekwaamheid zoals deze door de opleiding zijn vastgesteld.  De afstudeeropdracht is een integrale toets. De student laat zien dat hij de gevraagde kennis en vaardigheden, opgedaan in het curriculum van de opleiding in de praktijk kan toepassen.
Leeruitkomsten	<b>1. Overkoepelend:</b> Iedere student wordt in ieder geval getoetst op de drie kerncompetenties die hieronder beschreven staan. De inhoud en invulling kan verschillen aangezien iedere student een eigen project heeft. <ul style="list-style-type: none"><li>– Koers bepalen</li><li>○ Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie.</li><li>○ Begrijpen relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauzzijside als organisatiezijde meedenken en adviseren over strategie van de gehele organisatie.</li></ul>

- Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate, branding, intern, publiek, marcom). Hierbinnen formuleren verschillende opties, afwegen opties en beste keuze maken.
- Uit analyse communicatiekansen voorspellen en signaleren en maken van (segmentatie)keuzes die passen bij de organisatiestrategie.
- Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept.
  
- Realiseren
- De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren door middel van creatieve, betekenisvolle content en design.
- Het gaat om het verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie.
- Inzichtelijk maken (visueel) van customer/employer/stakeholder journey om in te spelen op touchpoints. Door analyseren data en door het gesprek aan te gaan met de doelgroep.
- Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.
- Beoordelen van concepten van zichzelf en van anderen op criteria als originaliteit, haalbaarheid, relevantie en usability. o Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties.
  
- Draagvlak creëren
- Inleven in de gesprekspartner, goed luisteren en oppikken relevante signalen om zo weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren.
- Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in goede banen leiden van verwachtingen betrokkenen en belanghebbenden.
- Overtuigend optreden en voor de Bühne brengen van standpunten zowel intern als extern en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie.
- Representeren van de organisatie en optreden als ambassadeur voor het bedrijf wanneer hij gevraagd of ongevraagd in de openbaarheid treedt.
- Organiseren interactie en samenwerking en zorgen voor ontmoetingen; faciliteren dialoog, bijdragen aan kwaliteit van gesprekken in de organisatie.
- Begeleiden medewerkers on the job en off the job in hun communicatief handelen. Geven van instructie, begeleiding, feedback en coaching. Begeleiden en ondersteunen verandertrajecten.

○

## **2. Houding (profskills):**

- Onderzoekende houding hebben
- Plannen & prioriteren
- Samenwerken
- Verbinden/netwerken
- Flexibel zijn
- Reflecteren

	<p><b>3. Kennen: de keuze van het gebruik van de hieronder beschreven kennis is aan de student, wat nodig is voor zijn of haar project:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marcom &amp; Accountability</li> <li>- Interne communicatie</li> <li>- Gedrag</li> <li>- Onderzoekend vermogen</li> <li>- Online Communicatie</li> <li>- Corporate Communicatie</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projectmanagement</li> <li>- (Beeld)taal</li> </ul>
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	Tijdens het afstudeertraject is er een terugkomdag op school. De student is verplicht hierbij aanwezig te zijn.
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	N.v.t.
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	N.v.t.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	N.v.t.
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	N.v.t.
<b>Tentaminering</b>	
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Afstudeeropdracht
<b>Naam Engelstalig</b>	Graduation Assignment
<b>Code Osiris</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roadmap (voorwaardelijk)</li> <li>• Koers bepalen</li> <li>• Realiseren</li> <li>• Verbinden</li> <li>• Professionele houding</li> <li>• CGI: zelfinzicht en verantwoording van inhoud</li> </ul>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O Integrale toets: portfolio met verantwoordingsdocumenten en mondeling assessment
<b>Tentamentype</b>	n.v.t.
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	De student moet een voldoende (5,5 of hoger) behalen op ieder beoordelingscriterium en voor het assessment
<b>Tentamenmomenten</b>	Gedurende het semester wordt gemonitord en feedback gegeven op portfolio, proces en voortgang. Het afsluitend assessment wordt georganiseerd in overleg met de betreffende docenten.
<b>Herkansing</b>	In overleg met begeleider  Wanneer de student na 2 kansen geen voldoende heeft behaald, kan de student in het eerstvolgende semester het onderwijs opnieuw volgen en de toets herkansen. De student heeft dan 2 nieuwe kansen.
<b>Duur tentamen</b>	1 uur voor mondeling assessment
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	Zie studiehandleiding op Teams

<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Het beoordelingsformulier is aangepast voor wat betreft het onderdeel CGI, van vijf naar vier sub-beoordelingscriteria.
--	---

### 9.3 Minoren van de opleiding

In dit studiejaar biedt de opleiding de volgende minoren aan:

Minor Strategic Branding  
Minor Brand activation  
Minor Contentmarketing met AI  
Minor Public Relations & Woordvoering  
Minor Verandercommunicatie: Communicatie – Gedrag - Organisaties  
Minor Personal Impact

Je kunt ook een minor bij een andere HAN-opleiding kiezen. Het overzicht van minoren van de HAN en de toegangseisen ervoor vind je hier: [www.minoren-han.nl](http://www.minoren-han.nl).

## Minor Strategic Branding STRABR06

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Strategic Branding
Naam cursus lang Engelstalig	Strategic Branding
Naam cursus kort Nederlandstalig	Strategic Branding
Naam cursus kort Engelstalig	Strategic Branding
Code cursus	STRABR06
Onderwijsperiode	P1N+P2N / P3N+P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	Basiskennis van marketing, branding en communicatie via opleiding Communicatie, Commerciële Economie of soortgelijke opleiding. Afgeronde (meewerk)stage en propedeuse
Algemene omschrijving	<p>De minor Strategic Branding geeft de studenten verdiepend inzicht in de wijze waarop merken strategisch ontworpen en beheerd worden. Ontwerp van een merk omvat zowel de inhoud ('mentale merkidentiteit') als ook het design van een merk ('visuele merkidentiteit'). Het management van het merk gaat over de wijze waarop het merk bijdraagt aan de organisatie-, marketing- en communicatiedoelstellingen, welke instrumenten daarvoor nodig zijn en hoe er bijgestuurd wordt. Het managen gaat ook over de besturing/ beïnvloeding van de context waarbinnen het merk opereert. Het gaat dan vooral om de invloed die organisatiecultuur en -structuur uitoefenen op de (merk)identiteit. Daarnaast is een belangrijke rol weggelegd op theorie, analyse en design. Uiteindelijk leveren de studenten een strategisch merkadvies op aan hun opdrachtgever.</p> <p>De minor is een verdieping op het aangeboden onderwijs in eerdergenoemde opleidingen op het gebied van branding.</p>
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Koers bepalen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Merkstrategie bepalen op basis van inzichten uit merkanalyse, doelgroepanalyse, concurrente-analyse &amp; trends.</li> <li>○ Merkconcept bepalen op basis van een merkstrategie.</li> </ul> </li> <li>– Draagvlak creëren <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inleven in de opdrachtgever, goed luisteren en oppikken relevante signalen om zo weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren.</li> <li>○ Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in goede banen leiden van verwachtingen betrokkenen en belanghebbenden.</li> <li>○ Overtuigend optreden en voor de Bühne brengen van standpunten zowel intern als extern en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie.</li> </ul> </li> <li>– Realiseren <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Het realiseren van een passend communicatieconcept, wat door vertaald kan worden in communicatiemiddelen.</li> <li>○ Beoordelen van concepten van zichzelf en van anderen op criteria als originaliteit, haalbaarheid, relevantie en usability.</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Het maken van een merkboek, wat het DNA van een merk laat zien, passend bij een merkadvies.</li> </ul> <p><b>2. Houding (profskills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Onderzoekende houding hebben</li> <li>– Plannen &amp; prioriteren</li> <li>– Samenwerken</li> <li>– Verbinden/netwerken</li> <li>– Flexibel zijn</li> <li>– Reflecteren</li> </ul> <p><b>3. Kennen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (Beeld)taal</li> <li>– Marcom &amp; Accountability</li> <li>– Interne communicatie</li> <li>– Onderzoekend vermogen</li> </ul> <p><b>4. Kunnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Onderzoek</li> <li>– Projectmanagement</li> <li>– (Beeld)taal</li> </ul>
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	Aanwezigheid tijdens de les en andere schoolactiviteiten wordt verwacht.
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	25
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	De verschillende onderdelen van de beoordeling kunnen onderling niet gecompenseerd worden en moeten afzonderlijk met een 5,5 of hoger worden afgerond.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Tentaminering</b>	
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Portfolio Strategic Branding
<b>Naam Engelstalig</b>	Portfolio Strategic Branding
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>In deze minor staat de merkadviseur centraal. Hij/zij is een actieve en gemotiveerde gesprekspartner voor merkeigenaren en organisaties die hun merk onderdeel laten zijn van hun ondernemingsstrategie. Hiervoor werkt de student aan de volgende competenties:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. De merkadviseur <u>begrijpt de (huidige) merkstrategie van een opdrachtgever en zijn organisatie</u>. Hij heeft <u>zicht op trends en dynamiek in (merk)theorie, organisatie, markt (cliënten/consumenten en concurrenten) en maatschappij die van invloed zijn op merkidentiteit en merkmanagement van de opdrachtgever</u>. De adviseur kan hieruit een onderbouwde, doelgerichte, effectieve en uitvoerbare <u>merkstrategie (positionering, doelen, gewenste resultaten) formuleren en presenteren</u>.</li> <li>2. De merkadviseur kan <u>merkconcepten onderbouwd vertalen naar bij het merkconcept passende communicatieconcepten</u> en kan deze <u>communicatieconcepten activeren</u> door middel van <u>creatieve en betekenisvolle content en design</u>.</li> <li>3. De merkadviseur is in staat om de merkeigenaar <u>te informeren over, te overtuigen van en te enthousiasmeren voor</u></li> </ol>



	<p>effectiviteit, resultaatgerichtheid en uitvoerbaarheid van het <u>strategische merkadvisie vanuit sensitiviteit voor merk, organisatie, directe omgeving en maatschappelijke context.</u></p> <p>4. De merkadviser is in staat <u>informatie te verzamelen en te analyseren die inspiratie, kennis, inzicht en strategische oplossingen</u> opleveren voor het merkadvisie</p> <p>5. De merkadviser heeft <u>inzicht in de eigen rol</u>, beschikt over de <u>juiste werkhouding, communicatief vermogen en wendbaarheid.</u></p> <p>De student doet actief en constructief mee aan het project en groepswork. De studenten nemen hierbij in hoge mate zelf verantwoordelijkheid voor het proces en houden zicht op hun eigen ontwikkeling. Zelfsturing, initiatief nemen en proactief handelen zijn hiervan de kenmerken.</p>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O
<b>Tentamentype</b>	Schriftelijk
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	De student moet een voldoende (5,5 of hoger) behalen op ieder beoordelingscriterium/onderdeel
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N of P4N
<b>Herkansing</b>	e�n herkansingsmogelijkheid binnen 10 weken na afloop van het semester
<b>Duur tentamen</b>	Hele semester (continuous assessment)
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

## Minor Brand Activation BRAACT01

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Brand Activation
Naam cursus lang Engelstalig	Brand Activation
Naam cursus kort Nederlandstalig	Brand Activation
Naam cursus kort Engelstalig	Brand Activation
Code cursus	BRAACT01
Onderwijsperiode	P1N+P2N / P3N+P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	<p>Basiskennis van marketing en/of communicatie. Stage is afgerond. Propedeuse behaald.</p> <p>Deze minor is qua niveau voor onze studenten gelijk aan niveau 2 en kan door hen daardoor niet worden gekozen. Deze minor is bedoeld voor studenten van andere opleidingen</p>
Algemene omschrijving	<p>In deze minor wordt de basiskennis van branding en branddesign behandeld, leren de studenten, in groepsverband een merk te analyseren, merkadvies (concept &amp; strategie) uit brengen aan een externe opdrachtgever, waarbij de focus ligt op het leren vormgeven en realiseren van merkactivaties.</p> <p>De minor kent 8 verschillende leerlijnen:</p> <p>DTH – Design Thinking  TUT – Tutoring  ESS – Branding Essentials  WIL – Branding into the Wild  PRO – Project  DES – Design Basics</p> <p>Deze verbredende minor is bedoeld als aanvulling op de opleiding die de studenten, al dan niet binnen de HAN, volgen. Hun beperkte voorkennis van (marketing-)communicatie, branding en/of vormgeving, wordt in deze minor verder aangevuld en verbreed. Deze minor is duidelijk niet bedoeld als verdieping voor studenten die al branding in hun opleiding hebben gehad, zoals studenten van de opleiding Communicatie of Commerciële Economie.</p>
Leeruitkomsten	<p>Leeruitkomst 1. De student kent de basistheorie rondom branding, brandactivation, branddesign en <u>Design Thinking</u></p> <p>Leeruitkomst 2. De student kan bewust kijken naar merkuitingen en kan deze analyseren op basis van merktheorie en interpreteren in relatie tot het merk. Ook is de student in staat in groepsverband praktijkonderzoek (basale merkanalyse) te doen voor een Nederlandse opdrachtgever</p> <p>Leeruitkomst 3. <u>De student past theorie, uitkomsten van analyse en Design Thinking toe in een praktijksituatie voor een Nederlandse</u></p>

	opdrachtgever, door in <u>groepsverband een merkstrategie</u> te bepalen, een merkconcept te bedenken en passende merkactivaties te creëren Leeruitkomst 4. De student kan in de rol van junior creative individueel en in groepsverband met design softwarepakketten werken en dit toepassen in nieuw te creëren merkactivaties Leeruitkomst 5. De student is in staat om in groepsverband een opdracht tot een goed einde te brengen, waarbij de student professioneel omgaat met groepsleden, docenten en opdrachtgever.
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	Studenten zijn verplicht om deel te nemen aan de deeltentamens in week 1.6 (kennistoets, herkansing in week 2.1) aan de groepsbeoordeling in week 2.6 en bij de individuele beoordeling in week 2.8. Verder verwachten wij een professionele houding en commitment richting de minor, wat zich laat zien in de vorm van aanwezigheid bij lessen, opdrachten en interne/externe bijeenkomsten (de minor gaat uit van 40 uur werkzaamheid voor de minor).
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	25-30
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Tentaminering</b>	
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Totaal eindcijfer
<b>Naam Engelstalig</b>	Accumulative final grade
<b>Code Osiris</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	De leeruitkomsten 1 t/m 5 zijn tevens criteria voor beoordeling, waarbij de student moet laten zien de leeruitkomsten op minimaal voldoende niveau te beheersen.
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O
<b>Tentamentype</b>	n.v.t.
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	Voor zowel de Brandroom in week 2.6 als het individueel assessment in week 2.8 moet minimaal een 5,5 worden behaald. Voor de kennistoets in week 1.6/2.1 moet een voldoende (vink) worden gehaald.
<b>Tentamenmomenten</b>	P1N of P3N Kennistoets in OW 1.6/3.6 P1N of P3N Brandpresentation in OW 1.8/3.8 (groep) P2N of P4N Brandroom & portfolio met 5 onderbouwde merkactivaties in OW 2.6/4.6 P2N of P4N Individueel assessment in OW 2.8/4.8
<b>Herkansing</b>	Binnen 2 weken na eerste kans, herkansing kennistoets in P2N of P4N (OW2.1/4.1)
<b>Duur tentamen</b>	90 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

## Minor Contentmarketing met AI

<b>Algemene informatie Cursus</b>	
<b>Naam cursus lang Nederlandstalig</b>	Contentmarketing met AI
<b>Naam cursus lang Engelstalig</b>	Contentmarketing with AI
<b>Naam cursus kort Nederlandstalig</b>	Contentmarketing met AI
<b>Naam cursus kort Engelstalig</b>	Contentmarketing with AI
<b>Code cursus</b>	COMEAI01
<b>Onderwijsperiode</b>	P1N+P2N/P3N+P4N
<b>Studiepunten</b>	<b>30 EC</b>
<b>Studielast in uren</b>	840
<b>Onderwijstijd (contacturen)</b>	151
<b>Ingangseisen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stage met een voldoende afgerond;</li> <li>• Basiskennis van marketingcommunicatie en content;</li> <li>• Visuele motivatie voor de minor aangeleverd.</li> </ul>
<b>Algemene omschrijving</b>	<p>Je leert in deze minor alle relevante AI te gebruiken en in te zetten voor marketing- en communicatiedoelen. Niet alleen het praktisch en creatief gebruiken van AI-tools op het gebied van tekst, beeld, video en geluid (zoals ChatGPT en Midjourney), maar ook de strategische inzet hiervan in online marketing, storytelling en online beïnvloeden.</p> <p>Naast veel inhoudelijke kennis is er ook veel aandacht voor de kwaliteit, bruikbaarheid en ethische consequenties van de inzet van AI in contentmarketing. Hoe moet je als (aankomend) professional en als organisatie omgaan met de inzet van Artificial Intelligence? Wanneer kun je beter inzetten op je eigen menselijke creativiteit en wanneer maak je gebruik van AI? Wat zou je organisaties over de inzet van AI in contentmarketing adviseren?</p> <p>In de minor AI en Contentmarketing bereiden we je dus voor op de toepassing van AI in je werk als online (marketing)communicatiespecialist. We reiken je kennis aan over de belangrijkste ontwikkelingen van dit snel ontwikkelende vakgebied. De minor kun je zien als een 'learning community': we leren samen met werkveld, experts, medestudenten en docenten en tevens geef je zelf ook vorm aan deze minor. Je krijgt de ruimte om je verder te verdiepen en te ontwikkelen in deelgebieden die jij interessant vindt en we coachen je in het toepassen van deze kennis in vraagstukken van verschillende opdrachtgevers.</p> <p>Deze minor borduurt voort op de kennis en vaardigheden die studenten in het 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> jaar van de opleiding Communicatie hebben opgedaan tijdens de Webweter (jaar 1), Contentmaker (jaar 1) en Praktijkgerichte Online Communicatie (jaar 2).</p>

<b>Leeruitkomsten</b>	<p>COCO's: Koers bepalen, draagvlak creëren en realiseren</p> <p>LOCO's: 1: Context &amp; Strategie 2: Doelgroep &amp; Gedrag 3: Concept &amp; Creatie</p> <p>Professional skills: 1. Onderzoekende houding hebben 2. Innoveren 3. Samenwerken 4. Reflecteren 5. Plannen en prioriteren 6. Ethisch besef hebben 7. Verbinden en netwerken</p>
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	n.v.t.
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	24 studenten
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	N.v.t.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	N.v.t.
<b>Verplichte software/ verplicht materiaal</b>	n.v.t.
<b>Tentaminering</b>	
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Portfolio
<b>Naam Engelstalig</b>	Portfolio
<b>Code Osiris</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Ontvankelijkheidscriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Voor alle op te leveren producten geldt dat ze moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCode rood en het APA-alarm.</li> </ul> <p><b>Leeruitkomsten</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Student bepaalt op strategisch niveau wat er nodig is om contentmarketing vorm te geven om de organisatiedoelen te behalen.</li> <li>Student vertaalt een doel/strategie in passende creaties t.b.v. een contentstrategie - waar relevant met behulp van AI.</li> <li>Student toont in werk- en adviesopdrachten een onderzoekend en innovatief vermogen, beschikt over ethisch besef en handelt hiernaar.</li> <li>Student werkt gedurende het semester professioneel samen met docenten, studenten en organisaties/professionals en reflecteert op eigen werk en handelen.</li> </ol>

	<p>5. Student is in staat om werk- en adviesopdrachten professioneel te plannen en organiseren en hierin anderen te betrekken (verbinden &amp; netwerken).</p> <p>Op diverse momenten in de minor krijg je (formatieve) feedback op je prestaties en je ontwikkeling. De feedback wordt gegeven op producten die je (individueel of in groepsverband) maakt, maar ook op fysieke contactmomenten. De opbrengsten gedurende de minor en de feedback bundel je in het portfolio, waarmee je aan het eind van de minor kan laten zien hoe je je ontwikkeld hebt op de verschillende leeruitkomsten.</p> <p>N.B. Het niveau van de student kan alleen beoordeeld worden bij voldoende aanwezigheid tijdens de contactmomenten en op de stage en bij voldoende bijdrage aan opdrachten.</p>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O
<b>Tentamentype</b>	Portfolio
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N of P4N
<b>Herkansing</b>	In overleg met docenten
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	<p>De minor Online Communicatie &amp; Beïnvloeding is gewijzigd in de minor Contentmarketing met AI.</p> <p>Inhoud van de minor spitst zich nu toe op dit deelgebied van online communicatie. De onderwerpen digital service, webcare, communitymanagement en co-creatie zijn komen te vervallen.</p> <p>Tentamen is komen te vervallen.</p>

## Minor Public Relations & Woordvoering PRWOVO01

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	PR & Woordvoering
Naam cursus lang Engelstalig	Public Relations & Representation
Naam cursus kort Nederlandstalig	PR en Woordvoering
Naam cursus kort Engelstalig	Public Relations & Representation
Code cursus	PRWOVO01
Onderwijsperiode	Semester 2 P3N en P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	<p>Instapvoorwaarden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• HBO stage-ervaring in het communicatieve, journalistieke of commerciële domein van 1 semester;</li> <li>• Basiskennis PR;</li> <li>• Een schriftelijke sollicitatie en motivatie.</li> </ul>

Algemene omschrijving	<p>Je leert hoe je de gewenste reputatie voor een organisatie creëert door zelf te bepalen op welke issues je vindbaar bent in de media. Uiteraard ge je hierbij op zoek naar de juiste stakeholders, welke wil je aan je binden en met welke moet je rekeninghouden?</p> <p>Maar ook leer je hoe je die zorgvuldig opgebouwde reputatie kunt hooghouden in tijden van crisis. Wat zeg je wel/ niet? Hoe snel treed je met de juiste boodschap naar buiten, via welk kanaal, via welke woordvoerder?</p> <p>Bovenstaande ga je toepassen voor een opdrachtgever, die jou en je groep inhurt als PR-bureau. Je adviseert hen over het juiste PR-beleid en stelt een PR-plan en PR-toolkit op die ze kunnen inzetten op het door jou bepaalde moment.</p> <p>In deze minor gaat het niet alleen om de boodschap van de organisatie, maar vooral over jezelf als het belangrijkste instrument in de PR-wereld. We gaan je uitgebreid trainen zodat je er klaar voor bent om op het juiste moment de harten van de relevante stakeholder, de kritische journalist en uiteindelijk natuurlijk het grotere publiek te veroveren.</p> <p>De wereld van PR vraagt van jou de volgende instelling:</p> <p>Kritische houding Je snapt dat een goede strategie opstellen tijd kost en je alleen met een kritische bril de juiste lijn kunt inzetten. De waarom-vraag wordt je mantra, je verhaal van stevige argumentatie voorzien een automatisme.</p>
-----------------------	--

	<p>Je durft ook kritisch naar jezelf te kijken en initiatief te nemen om jezelf te verbeteren, op welk onderdeel dan ook.</p> <p><b>Durf</b> Je snapt dat jij zelf als woordvoerder het belangrijkste instrument bent in het overdragen van de PR-boodschap. Dat betekent dus veel doen: trainen, analyseren, observeren en verbeteren. En dan repeat. En nog een keer repeat. Net zolang tot je het zo goed beheerst, dat je anderen kunt overtuigen van jouw rake verhaal.</p> <p><b>Nieuwsgierigheid</b> Je begrijpt dat je op de hoogte moet zijn van de wereld om je heen, omdat je maar nooit weet wanneer het voor jouw organisatie relevant is om aan te haken. Je gaat mensen bevragen tot je het echte antwoord op de vraag hoort, ook als dat tussen de regels door wordt verteld. Je wilt de journalistieke wereld leren kennen en hun spelletje van nieuwsmaken meespelen. Om via hen of juist zonder hen je publiek te kunnen bereiken met jouw verhaal.</p> <p><b>Flexibiliteit/ wendbaarheid</b> De wereld, de actualiteit, het nieuws (en daarmee de omgeving van de organisatie) is altijd in beweging. Dit vraagt om een woordvoerder die flexibel en wendbaar is. Een woordvoerder die weet welke ontwikkelingen relevant voor zijn/haar organisatie zijn en die daarop kan anticiperen in zijn (proactieve en reactieve) rol als woordvoerder.</p> <p><b>Professionaliteit</b> Je kunt samenwerken in een divers team en met een opdrachtgever. Je bent communicatief vaardig, stemt tijdig af, komt afspraken na en levert kwaliteit. Je stelt doelen, kunt plannen en prioriteren en laat je niet uit het veld slaan bij tegenslag. Je stelt bij waar nodig en toont je daarin flexibel. Je bent altijd goed voorbereid. Dit alles vraagt dat je kritisch naar jezelf kunt kijken. Dat je zelfinzicht hebt en feedback kunt verwerken. Je weet waar jouw ontwikkelpunten liggen en werkt daar actief aan.</p> <p>Deze minor is een vervolg op de cursus Overheidsproject in het tweede jaar en de cursus Wordvoerder uit het eerste jaar.</p>
<p><b>Leeruitkomsten</b></p>	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Koers bepalen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Overzien gevolgen bepaalde ontwikkelingen voor de organisatie en vormgeven beleid voor risico- en crisiscommunicatie.</li> <li>o Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie.</li> <li>o Begrijpen relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauzzijside meedenken en adviseren over strategie van de gehele organisatie.</li> <li>o Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate, publiek). Hierbinnen formuleren verschillende opties, afwegen opties en beste keuze maken.</li> <li>o Uit analyse communicatiekansen voorspellen en signaleren en maken van (segmentatie)keuzes die passen bij de organisatiestrategie.</li> <li>o Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept.</li> </ul> </li> <li>- <b>Draagvlak creëren:</b></li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inleven in de gesprekspartner, goed luisteren en oppikken relevante signalen om zo weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren.</li> <li>○ Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in goede banen leiden van verwachtingen betrokkenen en belanghebbenden.</li> <li>○ Overtuigend optreden en voor de Bühne brengen van standpunten zowel intern als extern en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie.</li> <li>○ Representeren van de organisatie en optreden als ambassadeur voor het bedrijf wanneer hij gevraagd of ongevraagd in de openbaarheid treedt.</li> </ul> <p>– <b>Realiseren:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. Het gaat om het verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie.</li> <li>○ Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> <li>○ Beoordelen van concepten van zichzelf en van anderen op criteria als originaliteit, haalbaarheid, relevantie en usability.</li> <li>○ Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties.</li> </ul> <p><b>2. Houding (profskills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Plannen &amp; prioriteren</li> <li>– Samenwerken</li> <li>– Verbinden/netwerken</li> <li>– Flexibel zijn</li> <li>– Reflecteren</li> </ul> <p>Leerdoelen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je leert een complex (of soms onduidelijk) vraagstuk te vertalen naar een strategisch advies en kunt de doorvertaling maken naar de uitwerking in concept en communicatiemiddelen</li> <li>• Je weet welke issues er spelen in de omgeving van een organisatie, waar de stakeholders zich mee bezig houden en een afweging te maken welke het meest relevant is om mee in de media te treden, zowel pro-actief als reactief (crisiscommunicatie)</li> <li>• Je leert de vertaalslag te maken naar concrete beroepsproducten en vaardigheden zoals een PR-plan, mediaplanning, persreleases, het te woord staan van een journalist, enz.</li> <li>• Je leert jezelf als PR-instrument inzetten. Je wordt getraind om goed beargumenteerd, overtuigend en zelfverzekerd over te komen in bijvoorbeeld 1-op-1 gesprekken met de pers, maar ook in debatten en discussies met meerdere sprekers en in tijden van crisis.</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Je toont je een expert binnen een onderdeel van het PR-vakgebied en weet je als zodanig te presenteren en profileren en anderen te inspireren.</li> </ul>	
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	ja	
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	25	
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.	
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	n.v.t.	
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	n.v.t.	
<b>Tentaminering</b>		
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Tentamen PR	Media-optreden
<b>Naam Engelstalig</b>	Exam PR	Media Spokesperson
<b>Code Osiris</b>	<b>TOETS-01</b>	<b>TOETS-02</b>
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Deze OWE bestaat uit de volgende toetsen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentamen</li> <li>• Media-optredens</li> <li>• PR-plan (incl. nieuwsplan en crisiscommunicatieplan)</li> <li>• Expert-optreden</li> </ul> <p>Tentamen PR</p> <p>Je past je PR-kennis toe op casuïstiek en zet dit om in een communicatiecanvas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Het canvas is volledig</li> <li>• Het canvas bevat voldoende onderbouwing</li> <li>• Het canvas bevat een herkenbare rode lijn</li> <li>• De strategie levert bijdrage aan oplossing vraagstuk</li> <li>• De middelen leveren bijdrage aan oplossing vraagstuk</li> </ul> <p>Media-optreden</p> <p>Je treedt op als woordvoerder in een media-optreden en bent in staat je boodschap goed te verwoorden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kernboodschappen zijn onderbouwd, doordacht en helder geformuleerd</li> <li>• Q&amp;A is doordacht, relevant en helder geformuleerd</li> <li>• Houding is professioneel en overtuigend</li> <li>• Emotiemanagement is onder controle</li> <li>• Je neemt of herneemt regie in het gesprek</li> <li>• Je hebt oog voor de belangen van relevante stakeholders</li> </ul> <p>PR-plan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je creëert een PR-plan inclusief bijbehorende uitvoering/ middelen voor een opdrachtgever.</li> <li>• Advies past bij de analyse</li> <li>• Advies past bij de opdrachtgever</li> <li>• Middelen zijn doelgroepgericht</li> <li>• Middelen bevatten de juiste boodschap/ call to action</li> <li>• Middelen vertonen onderlinge samenhang</li> </ul>	

	Expert-optreden Je toont je een expert in de PR-wereld. Dat zien we tweeledig: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je toont je inhoudelijk expert op een onderdeel van het PR-vakgebied en weet je als zodanig te presenteren en profileren.</li> <li>• Je toont een professionele houding op:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Samenwerken en verbinden</li> <li>• Plannen en prioriteren &amp; flexibel zijn</li> <li>• Reflecteren</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	KENN-O	KENN-M
<b>Tentamentype</b>	PC	Mondeling
<b>Weging deeltentamen</b>	30%	30%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P3N	P3N en P4N
<b>Herkansing</b>	P4N	Eind P3N/P4N i.o.m. docent
<b>Duur tentamen</b>	120 minuten	20 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	Zie studiehandleiding op Teams	Geen

<b>Naam Nederlandstalig</b>	PR-Plan	Expertoptreden
<b>Naam Engelstalig</b>	PR Plan	PR Expert Platform
<b>Code Osiris</b>	TOETS-03	TOETS-04
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O	PRES-F
<b>Tentamentype</b>	Portfolio met 4 onderdelen: PR-plan, PR-toolkit, Nieuwsplan en Crisiscommunicatieplan	Expertoptreden: presentatie + vragenronde en reflectie
<b>Weging deeltentamen</b>	20%	20%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P3N + P4N (Het portfolio wordt tijdens het semester opgebouwd).	P4N
<b>Herkansing</b>	Herkansing eind P4N i.o.m. docent	Herkansing eind P4N i.o.m. docent
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.	45 minuten
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	De naam van de minor is gewijzigd.	

## Minor Verandercommunicatie VERAND36

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Verandercommunicatie
Naam cursus lang Engelstalig	Change communication
Naam cursus kort Nederlandstalig	Verandercommunicatie
Naam cursus kort Engelstalig	Change communication
Code cursus	VERAND36
Onderwijsperiode	P1N+P2N / P3N+P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
Ingangseisen	Afgeronde stage van 30 EC
Algemene omschrijving	<p>In deze minor leer je hoe je, vanuit je eigen vakgebied, een bijdrage kunt leveren aan succesvolle veranderingen in organisaties. Organisaties veranderen voortdurend. Van binnenuit of onder druk van de omgeving; gepland en ongepland; gewenst en ongewenst. Centraal in die verandering staat altijd de mens in de organisaties.</p> <p>Je krijgt inzicht in:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Hoe menselijk gedrag werkt. Hoe zit de psychologie achter het gedrag, zowel individueel als in groepen, in elkaar? Hoe kun je grip krijgen op bijvoorbeeld weerstand en motivatie van medewerkers?</li> <li>2-Hoe organisaties functioneren. Hoe de cultuur, de structuur en het leiderschap elkaar hierin beïnvloeden én</li> <li>3- Welke rol (interne) communicatie hierin speelt en welke communicatieve technieken je kunt toepassen om de verandering te begeleiden.</li> </ol> <p>Je werkt gedurende de minor, samen met anderen uit je projectgroep, mee aan een complex verandertraject in een grote organisatie. In dat traject pas je de inzichten die je opdoet en adviesvaardigheden die je ontwikkelt, toe in het geven van advies en het implementeren en bijsturen van de verandering.</p> <p>De minor is voor studenten van alle opleidingen die raakvlakken hebben met het functioneren van organisaties. Iedereen draagt vanuit zijn/haar eigen voorkennis bij aan het slagen van de projecten. Alle onderwijsvormen zijn erop gericht dat we maximaal van elkaars kennis gebruik kunnen maken. Hiernaast werk je eraan dat je de nieuwe kennis en vaardigheden die je opdoet, ook kunt vertalen naar je eigen vakgebied. Deze diversiteit maakt dat de vorm van de minor ook gericht is op het differentiëren per student. Iedereen komt vanuit een andere richting en dus met een ander niveau aan voorkennis en vaardigheden binnen. Voor studenten van de communicatie gaan we de diepte in op het gebied van interne communicatie en gedragsverandering. Voor</p>

	studenten van andere opleidingen zullen deze terreinen verbreedend zijn.
Leeruitkomsten	<p><b>1. Overkoepelend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Koers bepalen,</li> <li>○ <b>Overzien van gevolgen</b> van interne en externe ontwikkelingen voor de organisatie en <b>vormgeven van beleid</b> voor communicatie hierover.</li> <li>○ Uit analyse van de organisatie <b>communicatiekansen signaleren en maken van (segmentatie)keuzes</b> die passen bij de organisatiestrategie.</li> <li>○ Verbinden van wensen van doelgroepen en organisatiedoelstellingen op basis van strategie</li> <li>– Draagvlak creëren:</li> <li>○ Inleven in de gesprekspartner, goed luisteren en oppikken relevante signalen om zo <b>weerstand om te kunnen buigen, draagvlak te creëren, commitment te bewerkstelligen en consensus te realiseren.</b></li> <li>○ Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in <b>goede banen leiden van verwachtingen</b> betrokkenen en belanghebbenden.</li> <li>○ Overtuigend optreden en <b>voor de Bühne brengen van standpunten</b> in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie.</li> <li>○ Organiseren interactie <b>en samenwerking</b> en zorgen voor ontmoetingen; <b>faciliteren dialoog, bijdragen aan kwaliteit van gesprekken in de organisatie.</b></li> <li>○ <b>Begeleiden medewerkers on the job en off the job in hun communicatief handelen.</b> Geven van instructie, begeleiding, feedback en coaching. <b>Begeleiden en ondersteunen verandertrajecten.</b></li> <li>– Realiseren:</li> <li>○ De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen <b>ontwikkelen, framen en activeren</b> door middel van creatieve, betekenisvolle <b>content en design.</b></li> <li>○ <b>Inzichtelijk maken (visueel) van customer/employer/stakeholder journey om in te spelen op touchpoints.</b> Door analyseren data en door het gesprek aan te gaan met de doelgroep.</li> <li>○ <b>Creëren relevante content</b> (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie.</li> </ul> <p><b>2. Houding (profskills):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Onderzoekende houding hebben</li> <li>– Plannen &amp; prioriteren</li> <li>– Samenwerken</li> <li>– Innoveren</li> <li>– Verbinden/netwerken</li> <li>– Flexibel zijn</li> <li>– Ethisch besef hebben</li> <li>– Reflecteren</li> </ul> <p><b>3. Kennen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Interne communicatie</li> <li>– Gedrag</li> <li>– Onderzoekend vermogen</li> </ul>

	<b>4. Kunnen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onderzoek</li> <li>- Projectmanagement</li> <li>- (Beeld)taal</li> </ul>
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	Aanwezigheid wordt verwacht in alle lessen. Aanwezigheid bij de opdrachtgever is in overleg
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	25
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Tentaminering</b>	
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Portfolio
<b>Naam Engelstalig</b>	Portfolio
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Leeruitkomst 1: Inhoud</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Context - Met mijn projectgroep bepaal ik een startpunt voor het adviestraject.</li> <li>• Analyse - Met mijn projectgroep analyseer ik kansen om het doelgedrag te stimuleren.</li> <li>• Strategie - Met mijn projectgroep stel ik een strategie op om het doelgedrag te stimuleren.</li> <li>• Interventies - Met mijn projectgroep werk ik concrete interventies uit die het doelgedrag stimuleren en bijdragen aan de doelstellingen.</li> </ul> <p>Leeruitkomst 2: Transfer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ik zorg voor verbreding of verdieping middels een eigen adviesopdracht en maak de vertaalslag naar mijn eigen vakgebied.</li> </ul> <p>Leeruitkomst 3: Uitvoering &amp; Draagvlak</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ik voer onderdelen van de adviescyclus uit.</li> <li>• Ik zorg voor draagvlak bij relevante spelers.</li> </ul> <p>Leeruitkomst 4: Professionele vaardigheden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plannen en prioriteren – ik schep de juiste voorwaarden om het doel van het adviesproces te bereiken.</li> <li>• Innoveren – ik gebruik creatieve manieren en zet door om het doel van het adviesproces te bereiken.</li> <li>• Flexibel zijn – ik kan verschillende adviesrollen aannemen om het doel van het adviesproces te bereiken.</li> <li>• Verbinden – ik schep een sfeer die bevorderlijk is voor het adviesproces.</li> </ul> <p>Reflecteren – ik heb het vermogen mijzelf te (blijven) ontwikkelen met het doel van het adviesproces voor ogen.</p>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	Port-O
<b>Tentamentype</b>	Schriftelijk en CGI
<b>Weging deeltentamen</b>	100%

<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N en P4N
<b>Herkansing</b>	Één herkansingsmogelijkheid binnen 10 weken na afloop van het semester
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	Leeruitkomsten en beoordelingscriteria zijn aangepast.

## Minor Personal Impact PERIMP01

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Personal Impact
Naam cursus lang Engelstalig	Personal Impact
Naam cursus kort Nederlandstalig	Personal Impact
Naam cursus kort Engelstalig	Personal Impact
Code cursus	PERIMP01
Onderwijsperiode	P1N+P2N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Teams
<b>Ingangseisen</b>	<p>Het betreft een verbredende minor waarbij de student leert om impact te maken vanuit zichzelf en het eigen vakgebied op verschillende maatschappelijke vraagstukken in de nieuwe economie.</p> <p>De minor is geschikt voor studenten uit alle domeinen. Iedereen kan een impactmaker zijn.</p> <p>Om te kunnen deelnemen vragen we van de student dat hij/zij zijn/haar propedeuse behaald heeft van de opleiding. Daarnaast is het belangrijk dat er een vorm van stage is afgerond, waarin kennis, ervaring en competenties in de praktijk zijn gebracht.</p> <p>We hebben een motivatiegesprek vooraf aan de minor en we vragen de student hiervoor een motivatiebrief te schrijven.</p>
<b>Algemene omschrijving</b>	<p>In de minor Personal Impact verbinden we:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. jouw persoonlijke ambitie om van waarde te zijn in een betekenisvolle samenleving;</li> <li>2. de hands-on-uitdagingen van sociale impactondernemers uit de regio die met hun bedrijf een positieve impact maken;</li> <li>3. én de belangrijkste maatschappelijke vraagstukken.</li> </ol> <p>Je ontdekt door workshops, die je persoonlijke groei een boost geven, en door persoonlijke coaching, jouw ideale rol in de wereld van morgen. Aan het einde van de minor weet je precies wat je wilt doen en hoe je dat wilt doen en wat de volgende stap is. Dit leer je van en met enthousiaste voorlopers, organisaties en ondernemers die al actief werken aan een betekenisvolle, duurzame samenleving, en natuurlijk van en met jouw docenten en medestudenten: jouw lerende netwerk.</p> <p>Je ervaart wat het betekent om impact te maken en je gaat de uitdagingen aan in een project met een ondernemer naar keuze. Hiervoor krijg je tools en technieken aangereikt. De persoonlijke aandacht en veilige en gelijkwaardige omgeving zorgen ervoor dat jij uit</p>



	<p>je comfortzone komt en dat je durft te experimenteren. En daarmee wordt het helemaal jouw eigen minor!</p> <p><b>Wat doe je concreet in deze minor?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Je neemt deel aan <b>intensieve workshops over jezelf</b>, je passie, je kwaliteiten en je valkuilen en je idealen – daarmee leer je wie je wilt zijn in de toekomstige wereld;</li> <li>• Je <b>deelt kennis</b> met experts, ondernemers en medestudenten in een lerend netwerk, onder andere door zelf workshops te geven en learning trips te organiseren.</li> <li>• Je neemt deel aan <b>inspirerende (gast)colleges en workshops over andere perspectieven</b> (betekeniseconomie, ecologie, filosofie, sociologie etc) en je bevaart experts face-to-face.</li> <li>• Je <b>helpt lokale ondernemers</b> om meer positieve impact te maken. Je ontwerpt in samenspraak met hen een betekenisvol project en voert dit uit;</li> <li>• Je <b>leert tools en vaardigheden</b> aan om jouw project uit te kunnen voeren, bijvoorbeeld design thinking, actie-onderzoek doen, experimenten uitvoeren, dialoog aangaan etc.</li> <li>• Je <b>stuurt je eigen leerproces</b> door veel en vaak feedback te vragen aan medestudenten, ondernemers, docenten over jouw rol in leeractiviteiten.</li> </ul>
<p><b>Leeruitkomsten</b></p>	<p>In de minor Personal Impact werken we langs vier leerlijnen en leeruitkomsten:</p> <p><b>Impactproject ontwerpen en uitvoeren:</b> de student ontwikkelt in samenwerking met een ondernemer een project (of meerdere kleine projecten) met als doel de positieve impact van de onderneming te verhogen. De student wordt expert op het gebied van impactprojecten.</p> <p><b>Persoonlijk leiderschap:</b> de student ontwikkelt inzicht in zijn/haar drijfveren, kwaliteiten, valkuilen en kwetsbaarheden. De student toont leiderschap door feedback te vragen en te geven, initiatief te nemen, lef te tonen en voortdurend te reflecteren op houding en gedrag. Bij onzekerheid en tegenslag durft de student keuzes te maken.</p> <p><b>Visie op impactvol ondernemen:</b> de student formuleert op basis van kennis en ervaring in de minor een eigen persoonlijke visie op impactvol ondernemen en hoe hij/zij zelf daarin een betekenisvolle rol kan en wil spelen.</p>

	<p><b>Skills van de impactmaker:</b> de student laat zien dat hij/zij de skills uit de toolbox van de impactmaker heeft eigen gemaakt en kan toepassen in verschillende contexten in de minor.</p> <p>De leeruitkomsten worden getoetst op niveau 3.</p>
<b>Deelnameplicht onderwijs</b>	We gaan ervan uit dat iedereen altijd aanwezig is.
<b>Maximum aantal deelnemers</b>	20 deelnemers
<b>Compensatiemogelijkheid</b>	n.v.t.
<b>Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"</b>	n.v.t.
<b>Verplichte software / verplicht materiaal</b>	n.v.t.
<b>Tentaminering</b>	
<b>Naam Nederlandstalig</b>	Portfolio
<b>Naam Engelstalig</b>	Portfolio
<b>Code OSIRIS</b>	TOETS-01
<b>Beoordelingscriteria</b>	<p>Per leeruitkomst zijn meerdere beoordelingscriteria geformuleerd. In de studiehandleiding worden deze verder toegelicht.</p> <p><b>Impactproject ontwerpen en uitvoeren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderzoekend vermogen</li> <li>• Co-creatie</li> <li>• Kennis creëren en toepassen</li> <li>• Project-evaluatie</li> </ul> <p><b>Persoonlijk leiderschap</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zelfkennis en empathisch vermogen</li> <li>• Initiatief en lef</li> <li>• Feedback en reflectie</li> <li>• Omgaan met onzekerheid en tegenslag</li> </ul> <p><b>Visie op impactvol ondernemen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actief kennis opdien</li> <li>• Netwerk opbouwen</li> <li>• Ethisch bewustzijn</li> <li>• Persoonlijke impactvisie</li> <li>• Kennis delen</li> </ul> <p><b>Skills van de impactmaker</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Communicatievaardigheden</li> <li>• Samenwerken</li> <li>• Businessinnovatie vaardigheden</li> </ul>
<b>Vorm(en) tentamen en deeltentamens</b>	PORT-O
<b>Tentamentype</b>	Portfolietoets
<b>Weging deeltentamen</b>	100%
<b>Minimaal oordeel</b>	5,5
<b>Tentamenmomenten</b>	P2N

<b>Herkansing</b>	Eén herkansingsmogelijkheid binnen 8 weken na afloop van het semester waarbij het gehele portfolio opnieuw wordt ingeleverd en beoordeeld.
<b>Duur tentamen</b>	n.v.t.
<b>Toegestane hulpmiddelen</b>	n.v.t.
<b>Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar</b>	n.v.t.

## **9.4 Afstudeerrichtingen**

Niet van toepassing

### **9.5.2 Talentenprogramma**

Niet van toepassing

### **9.5.3 Premaster**

Niet van toepassing

## **9.6 Deeltijdse en/of duale inrichtingsvorm**

### **9.6.1 Deeltijdse inrichtingsvorm**

Niet van toepassing

### **9.6.2 Duale inrichtingsvorm**

Niet van toepassing

## **9.7 Trajecten met bijzondere eigenschap**

Niet van toepassing

### **9.7.1 Versneld traject**

Niet van toepassing

### **9.7.2 Verkort traject**

Niet van toepassing

### **9.7.3 Verkort traject van associate degree naar bachelorgraad**

Niet van toepassing

### **9.7.4 Traject voor topsporters**

Niet van toepassing

### **9.7.5 D-stroom**

Niet van toepassing

### **9.7.6 Gecombineerd traject**

Niet van toepassing

### **9.7.7 Overig traject met bijzondere eigenschap**

Niet van toepassing