

Studiegids Post HBO opleiding
Adviseur Online Communicatie (AOC)
Cohort 5



**HAN Expertisecentrum Informatica, Media en Communicatie
(EIMC)**

Collegejaar 2011 – 2012
Instroom september 2011

Uitgave: HAN Expertisecentrum EIMC, Arnhem

© Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsband, elektronisch of op welke andere wijze ook en evenmin in een retrieval system worden opgeslagen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Hoewel deze studiegids met zeer veel zorg is samengesteld, aanvaarden auteur(s) noch uitgever enige aansprakelijkheid voor schade ontstaan door eventuele fouten en/of onvolkomenheden in deze studiegids.

Arnhem, maart/april 2011

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
1 Inleiding	4
1.1 Certificering	4
1.2 Beroeps- en adviescommissie	4
2 Achtergronden opleiding	5
2.1 Doel van het studieprogramma	6
2.2 Voor U?	6
2.3 Omschrijving van de doelgroep van deze opleiding	7
2.4 Functieomschrijving Adviseur Online Communicatie	7
2.5 Hoofdpijnen opleiding	9
3 Opbouw van het programma	11
3.1 Programma studiejaar	11
3.2 Aanwezigheid	13
3.3 Toetsing en afsluiting	13
3.4 Vrijstellingen	13
4 Volgorde programma en studiebelasting	14
5 Inhoud modules/trainingen	15
6 Organisatie en regelingen	24
6.1 Praktische informatie	24
6.2 Opleidingsmanager/studieleider	25
6.3 Betalingsafspraken	25
7 Tentamen- en examenreglement	26
7.1 Permanente examencommissie	26
7.2 Becijfering	26
7.3 Cum laude	26
7.4 Regeling hertentamen	26
7.5 Vrijstellingen	27
7.6 Afmelding voor tentamens	27
Bijlage 1 – Collegerooster	28
Bijlage 2 – Literatuurlijst	31
Bijlage 3 – Adreslijst docenten en trainers	33
Bijlage 3 – Toetsingsdocument	35

Voorwoord

U staat aan het begin van de 1-jarige Post HBO opleiding 'Adviseur Online Communicatie' aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, kortweg de HAN. De colleges van de opleiding en de organisatie ervan vinden plaats in het gebouw van de Faculteit Techniek, Ruitenberglaan 26, 6826 CC te Arnhem. Ons kantoor daar is kamer E 0.22.

De opleiding 'Adviseur Online Communicatie' brengt u op de eerste plaats in één studiejaar volledig op de hoogte van de allernieuwste trends, toepassingen, media en middelen op het gebied van online communicatie waaronder uiteraard sociale media. Wat is er nu, wat komt er morgen en wat valt er overmorgen te verwachten? Ontwikkelingen voor u als consument/gebruiker, maar vooral als communicatiemedewerker of –adviseur in uw bedrijf of organisatie: wat moeten en kunnen we en/of onze klanten ermee? Welke inter- en intranetontwikkeling is mogelijk een kortstondige hype en welke een blijvertje waar u zakelijk gezien absoluut rekening mee moet houden? En een antwoord op moet hebben!

Een tweede belangrijke component is de opdracht aan u om binnen de drie communicatiedomeinen Marketingcommunicatie (Internetmarketing), Interne communicatie en Concern- of Externe communicatie in uw eigen organisatie of die van uw klant aan de hand van scans te bepalen waar de organisatie op enig moment staat in haar online ontwikkeling, waar de organisatie heen wil en welke weg er gevolgd moet worden om tot gewenste, nieuwe resultaten te komen. In deze component komt uw 'digitale adviseur-schap' aan bod.

Een derde component betreft de rol die u vervult als 'schakel' tussen de opdrachtgever (die zegt: "Doe mij maar iets digitaals op internet met interactieve filmpjes en geluid – want mijn concurrent heeft dat ook") en de bouwer, de ICT- of internettechnoloog die een dergelijke omschrijving –via U!- moet zien om te zetten naar een werkend eindproduct (en die zegt: "Ja maar, heeft de opdrachtgever dan rekening gehouden met – nee dus."). Begrijpt u beide werelden, begrijpt u de cultuur, de mogelijkheden en onmogelijkheden van de internettechnoloog? Bent u bekend met zijn begrippen- en referentiekader? Durft u uw eigen standpunten met kennis van zaken over te brengen?

De vierde component bestaat uit enkele vaardigheidstrainingen die u gaat volgen op het gebied van presenteren, adviseren en internetprojectmanagement. In deze trainingen staan uw competenties als adviseur centraal. Van trainers en medestudenten mag u stevige feedback verwachten.

U ontvangt het Post HBO diploma 'Adviseur Online Communicatie' als u het examen van de opleiding met positief resultaat afsluit. Het diploma wordt afgegeven door de Stichting Post Hoger Beroepsonderwijs Nederland (SPHBO).

De SPHBO is een landelijke dienstverlenende organisatie op het gebied van Post HBO opleidingen. Doel van deze organisatie is door middel van kwalitatieve toetsing onderscheid aan te brengen in het uitgebreide aanbod aan Post HBO opleidingen in Nederland. De door de SPHBO getoetste opleidingen krijgen het predicaat Registeropleiding. Het is een beschermd predicaat, dat alleen door de SPHBO kan worden verleend.

Alle deelnemers die een Registeropleiding hebben gevolgd en een getuigschrift hebben behaald, worden opgenomen in het Abituriënten Register. Het Landelijk Register is bijvoorbeeld raadpleegbaar voor personeelsfunctionarissen die de getuigschriften van een sollicitant willen verifiëren, voor beroepsverenigingen die de Permanente Educatiepunten willen bijhouden van hun leden, alsmede voor oud-studenten zelf. Tevens biedt het oud-deelnemers de gelegenheid kopieën van verloren getuigschriften aan te vragen.

CPION (de overkoepelende organisatie, waaronder ook SPHBO valt) is hiervoor speciaal aangemeld conform de Wet Bescherming Persoonsgegevens.

Bron: www.cpion.nl)

Graag informeren wij u door deze studiegids over organisatorische en praktische zaken die betrekking hebben op de opleiding die u volgt of gaat volgen. Tijdens de opleiding kijkt u in diverse 'keukens' van medestudenten en zij kijken mee in de uwe. U zult de komende tien maanden druk zijn: naast uw werk, partner, gezin, sociale leven, hobby's etc. komt deze studie. Dit impliceert dat het van groot belang is dat u uw tijd goed indeelt. En dat u zich houdt aan deadlines voor het inleveren van werkstukken, scans en papers. Dit om te voorkomen dat u snel tegen een achterstand aanloopt die -zo blijkt in de praktijk- moeilijk weer in te lopen is.

Wij doen er van onze kant alles aan om de opleiding prettig te laten verlopen. Uw reacties, vragen en opmerkingen zijn welkom! Mochten er gedurende de opleiding belangrijke zaken gecommuniceerd moeten worden, verneemt u die tijdens de colleges mondeling, of anders schriftelijk, via e-mail of website(s).

Wij wensen u een heel plezierig en leerzaam studiejaar toe!

Tom Vermulst
Opleidingsmanager

Mirjam van de Ven
Studieleider/opleidingsmanager

HAN Expertisecentrum Informatica, Media en Communicatie (EIMC)

Bezoekadres: Ruitenberglaan 26 6826 CC Arnhem

Postadres: Postbus 2217 6802 CE Arnhem

T (026) 365 82 92 (kantoor)

F (026) 365 81 26

E info.eimc@han.nl

I www.han.nl/eimc

Uw contactpersoon voor deze opleiding

Mirjam van de Ven

T (026) 365 82 92

E mirjam.vandeven@han.nl

NB1 : Aan deze studiegids kunnen geen rechten ontleend worden.

NB2: Het EIMC behoudt zich te allen tijde het recht voor wijzigingen in de organisatie, structuur en inhoud van de opleiding Adviseur Online Communicatie aan te brengen.

1 - Inleiding

U bent toe aan een andere functie, maar mist de juiste opleiding? Of u wilt uw kennis en vaardigheden binnen uw huidige functie vergroten? Het HAN Expertisecentrum Informatica, Media en Communicatie (EIMC) biedt u een gerichte mogelijkheid uw loopbaanperspectief te verruimen of te veranderen door middel van het volgen van een cursus, training of opleiding. Binnen onze afdeling voeren deskundige docenten, coaches en trainers het opleidingsaanbod uit. Onze trainingen, cursussen en opleidingen zijn praktijkgericht en planmatig opgezet.

1.1 - Certificering

Als u alle opleidingsonderdelen van de Post HBO opleiding Adviseur Online Communicatie met minimaal een voldoende (6.0 of hoger) afsluit, ontvangt u het landelijk erkende Post HBO diploma 'Adviseur Online Communicatie'. Bij het onvoldoende afsluiten van één of meer opleidingsonderdelen ontvangt u geen SPHBO-diploma maar een HAN-certificaat. Ook ontvangt u te allen tijde een HAN-cijferlijst met daarop de behaalde resultaten.

1.2 - Beroeps- en adviescommissie

Het Expertisecentrum EIMC hecht sterk aan het oordeel van vakkundige beroepsbeoefenaren. Om die reden is ten behoeve van deze opleiding een Beroeps- en Adviescommissie samengesteld die jaarlijks enkele keren bijeen komt om de inhoud, de organisatie, de kwaliteit en vooral de relatie met de beroepspraktijk te bespreken en te beoordelen. De leden van de commissie zijn zonder uitzondering specialisten in hun vakgebied en op de hoogte van ontwikkelingen en trends in de (online) bedrijfscommunicatie. Zij zorgen er onder andere voor dat de opleiding zich voortdurend actualiseert.

De leden zijn:

- Mevrouw M. van den Heuvel, Marketing Manager, Volvo Cars Nederland BV, Beesd
- De heer B. Rensen, Woordvoerder, Eureko Achmea Holding, Zeist
- De heer H. Koeleman, Directeur Corporate Communicatie KPN, Den Haag
- De heer T. Peijster, Communicatiemanager, Rabobank Nederland, Utrecht
- De heer H. Geenen, Directiesecretaris Radio en TV Gelderland, Arnhem
- De heer M. Lenferink, Hoofd Communicatie en Projecten Veiligheidsregio Rotterdam-Rijnmond
- De heer M. Derksen, zelfstandig ondernemer, eigenaar Marketingfacts.nl, voorzitter IAC, Arnhem
- De Heer J. van den Hooven, Senior Webdeveloper/teamleider DC, HAN iMedia, Arnhem.

De leden van de Beroeps- en Adviescommissie hebben ook zitting in het examencomité van de opleiding dat het mondelinge examen afneemt aan het eind van de opleiding.

2 – Achtergronden opleiding

De allernieuwste trends op het gebied van online communicatie, nieuwe- en sociale media bieden u, bedrijven, organisaties en overheden talrijke mogelijkheden voor nieuwe en andere communicatie met klanten, consumenten en burgers. Het internet en de nieuwe en/of sociale media zetten de bestaande verhoudingen totaal op zijn kop. Oude communicatiemodellen, met nog sterke zender-ontvanger-achtige kenmerken verdwijnen in een rap tempo en nieuwe modellen met volledig andere uitgangspunten winnen snel terrein.

De opleiding reikt u daarom een aantal algemeen organisatiekundige en ook meer op (online) communicatie gerichte modellen en visies aan, die u in de modules en trainingen zult gaan gebruiken ter onderbouwing van uw adviezen. Een groot aantal modellen zal als een rode draad in de opleiding terugkeren in (bijna) alle modules. Van u wordt verwacht dat u ze ook gaat gebruiken in de opdrachten die u voor uw eigen organisatie moet uitvoeren.

Enkele trends en ontwikkelingen op het gebied van online communicatie:

- Sociale media zijn of worden snel onderdeel van de bestaande communicatiemix;
- Social Media Analytics komen in zwang: wat zijn eigenlijk de effecten van Social media?
- Websitebezoek wordt steeds meer gegenereerd via sociale netwerken (Twitter, Facebook e.d.);
- Adverteren via Social Gaming is in opkomst, net als Location Based Advertising;
- Integratie van sociale media op de eigen (corporate) website wordt business as usual;
- Zoekmachines worden steeds geavanceerder, een hoge plek in de ranking wordt een must;
- Het inzetten van WIKI's op bijvoorbeeld een intranet wordt gewoon om kennis te delen;
- Wat gaat er eigenlijk met het bloggen gebeuren? En met e-mail? Met Skype?
- Mobiel internet neemt een enorme vlucht de komende jaren;
- Apparaten (computers, tv's, telefoons, iPads) worden geïntegreerd tot multifunctionele apparaten;
- Enz. enz.

Digitalisering en nieuwe media hebben alles met communicatie te maken en betekenen daarom voor het communicatievak een belangrijke ontwikkeling. Wat betekent digitalisering dan voor communicatieadviseurs? Dus ook voor u? Het zet oude, vertrouwde werkwijzen simpelweg op de helling. Neem als voorbeeld de laatste landelijke verkiezingen. De lijsttrekkers van de grote partijen communiceerden via weblogs en Twitter op internet direct met de kiezer en waren veel minder afhankelijk van bestaande (analoge of offline) media voor free publicity. De digitalisering versterkte de trend van de verpersoonlijking in de politiek en veranderde de positie van de 'oude' offline media. In de markt zien we dat organisaties hun marketingstrategie (moeten) wijzigen door de nieuwe mogelijkheden die zich aandienen, waardoor hele organisaties worden gekanteld. En wat in de markt kan, verwachten burgers ook van de overheid! Welkom bij Overheid 2.0!

Dit alles betekent dat managers, communicatiemanagers en communicatieadviseurs zich op het vak moeten (her-)bezinnen. Zeker geldt dat voor de 'oudere garde' communicatieadviseurs, even oneerbiedig gezegd, de veertig- en vijftigplussers die vooral gewend zijn te werken met de traditionelere, offline media. Ontwikkelingen en mogelijkheden op het internet gaan zo snel dat wat vandaag actueel en trendy is, morgen alweer wordt beschouwd als hopeloos verouderd. Denk bijvoorbeeld aan Second Life: twee/drie jaar terug nog be- en geroemd -elke organisatie zou er zijn eigen virtuele vestiging gaan neerzetten- ; nu in 2011 volledig in de vergetelheid geraakt.

De 'jonge garde' communicatiemedewerkers en –managers weet niet beter dan dat internet hét medium bij uitstek is waarlangs (bijna) alle communicatie zich afspeelt, of dat in no time zal gaan doen! Eén ding is zeker: de toekomst van elke communicatieadviseur wordt, nee... is online.

2.1 - Doel van het studieprogramma

Zoals gezegd brengt de opleiding 'Adviseur Online Communicatie' u op de hoogte van trends, toepassingen, media en middelen op het gebied van online communicatie. Welke trends, issues en ontwikkelingen zien we nu en welke komen er (snel) aan? Vervolgens is de vraag: wat moeten en kunnen u en uw organisatie (of uw klanten) ermee? De opleiding leert u ontwikkelingen bij te houden, in te schatten en op blijvende waarde te beoordelen.

Overigens zult u ons niet horen beweren dat alles nu per definitie 'op de schop moet' of dat alles nu op eens 'online' moet. Alsof offline media niet al jaren hun nut hebben bewezen! Waar het om gaat is de juiste mix te vinden van off- en online!

De opleiding is gebouwd rondom de in de communicatie vaak gebruikte driedeling in 'domeinen': Interne Communicatie, Externe- of Concerncommunicatie en Marketingcommunicatie. De kern van de opleiding bestaat dan ook uit drie gelijknamige modules. In deze drie modules moet u voor uw eigen organisatie of die van uw klant aan de hand van scans (gaan) bepalen waar de organisatie op enig moment staat in haar online ontwikkeling, waar de organisatie heen wil en welke weg er gevolgd moet worden om tot die nieuwe resultaten te komen. 'Veranderen' is dus uw adagio. Durven adviseren over voorkomende risico's en obstakels is 'part of the deal'. Zoveel mogelijk betreft het hier (ook) strategische advisering op basis van organisatie- en communicatiedoelstellingen en -beleid.

Veelal bent u als communicatieadviseur ook de verbinding, de brug tussen de opdrachtgever als 'leek' en de 'techneut', het bureau dat bouwt, als 'expert'. De opdrachtgever kijkt met hooggespannen verwachtingen naar het nieuwe medium of de nieuwe website die voor hem ontwikkeld gaat worden. Immers 'de techniek, de technologie kent geen grenzen'. De techneut heeft echter wel degelijk te maken met grenzen, met de nullen en de enen, dus met de beperkingen. Dat is geen onwil. En u? U zit daartussen, als 'schakel' tussen beide werelden. Aan u de schone taak het gewenste eindproduct compleet, op tijd en binnen de begroting op te leveren.

Dat betekent dat u dus wat kennis moet hebben van die cultuur, van de technologie, van de wijze waarop de 'bouwer' worstelt met (uw) verwachtingen. De opleiding maakt van u zeker geen techneut, maar brengt u wel de nodige technologische kennis bij die u in uw verbindende rol nodig hebt om beide werelden bij elkaar te brengen.

Jazeker, u hebt kennis en inzicht nodig maar dat alleen maakt u niet tot een succesvolle adviseur. Hoe presenteert u zichzelf, uw adviezen, hoe beargumenteert u uw voorstellen, durft u risico's te nemen, hoe overtuigend bent u enz. Dit handelen, dit gedrag komt uitgebreid aan bod tijdens de vaardigheidstrainingen die deze opleiding bevat.

2.2 - Voor u?

De opleiding is bestemd en zeer geschikt voor:

- Communicatiemedewerkers en -adviseurs met een HBO- of WO-diploma, met minimaal 2/3 jaar relevante werkervaring;
- Communicatiemedewerkers en -adviseurs met een MBO-diploma en werkend in een (communicatie-)functie op HBO werk- en denkniveau, met minimaal 3-5 jaar relevante werkervaring;
- Communicatiemedewerkers en -adviseurs met een BNP-B- of BNP-C-certificering van de beroepsvereniging Logeion, met minimaal 2/3 jaar relevante werkervaring;
- Communicatiemedewerkers en -adviseurs Nieuwe media, Projectmanagers nieuwe- en multimedia, Webmanagers, E-business consultants en Intermediairs (tussen gebruikers, vormgevers, programmeurs en tekstschrijvers), met minimaal 3 jaar relevante werkervaring;
- Medewerkers PR en Voorlichting, Persvoorlichters, Marketing(communicatie) medewerkers, Journalisten, Bedrijfsjournalisten, P&O-medewerkers met communicatietaken, Verandermanagers,

Projectleiders, (met Mbo-niveau minimaal 3-5 jaar relevante werkervaring, met hbo-niveau minimaal 2/3 jaar relevante werkervaring);

- Zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers) met een eigen communicatiebureau (MBO/HBO-niveau), minimaal 3 jaar bestaand.

2.3 - Omschrijving van de doelgroep van deze opleiding

U hebt in het (nabije) verleden een MBO-, HBO- of WO-opleiding (digitale of online) Communicatie gevolgd en verricht momenteel werkzaamheden, c.q. communicatietaken bij een organisatie of werkt als zelfstandig ondernemer voor klanten in (een van) de domeinen Concerncommunicatie, Interne communicatie en/of Marketingcommunicatie. De opleiding veronderstelt bij u minimaal een algemene kennis op het gebied van (offline) geïntegreerde communicatie op MBO/HBO-niveau (Logeion niveau B). U houdt zich in het werk i.h.a. bezig met operationele en tactische werkzaamheden maar heeft duidelijk de behoefte meer kennis te vergaren van, en inzicht te krijgen in de uitvoering van meer strategische, beleidsmatige werkzaamheden op het gebied van online communicatie.

U ervaart tegelijkertijd in uw dagelijkse werk dat ontwikkelingen op online gebied razendsnel gaan en wilt een gedegen bijscholing op deze ontwikkelingen, trends en vooral toepassingen van de nieuwste online communicatiemogelijkheden. U wilt voor de eigen organisatie en/of de klant een gedegen, onderbouwd (strategisch) advies kunnen neerleggen over keuzes, risico's en (on-)mogelijkheden van het inzetten van online middelen in communicatiecampagnes.

U vormt in uw organisatie (of gaat dat in toenemende mate doen) de verbindende schakel tussen 'IT/Techniek' en de eindgebruiker. U moet dus de taal van de IT'er/programmeur verstaan en kennis hebben van diens mogelijkheden en onmogelijkheden om aan een bepaalde vraag te voldoen. Basiskennis internettechnologie is dus noodzakelijk. Tegelijkertijd moet u de wensen, verlangens en eisen van eindgebruikers m.b.t. op te leveren nieuwe online producten kunnen 'vertalen' naar IT-taal en -context voor de bouwers/makers van het nieuwe product.

Het digitale tijdperk zorgt voor veel en snelle veranderingen bij bedrijven en organisaties. Niet alleen de afdelingen Communicatie en IT hebben te maken met digitale vraagstukken. Elke werknemer wordt dagelijks uitgenodigd ('gedwongen' klinkt zo streng) gebruik te maken van nieuwe technologieën. De vraag luidt dan ook hoe u als communicatieprofessional, mét uw kennis van online media, die competenties ook kunt 'overdragen' naar die collega werknemer die deze kennis (nog) ontbeert. Het overdragen van deze competenties naar anderen is een belangrijke nevendoelelstelling van de opleiding.

De opleiding richt zich zowel op het bedrijfsleven alsook op de communicatiemedewerker bij non-profitorganisaties en de overheid.

2.4 - Functieomschrijving Adviseur Online Communicatie

Cascadis, de Beroepsvereniging voor Webprofessionals bij de overheid, heeft als eerste beroepsorganisatie in 2009 een zevental functieprofielen samengesteld uit zo'n 80 verschillende functieomschrijvingen:

1. Webmaster
2. Webredacteur
3. Webcoördinator
4. Coördinerend webredacteur
5. Webmanager
6. Projectleider
7. Adviseur digitale communicatie

Deze functieprofielen worden ook wel in de meer commerciële sectoren gehanteerd. De inhoud van de opleiding AOC en de doelgroep waarop de opleiding zich richt, komt het meest overeen met functiebeschrijving nummer zeven: Adviseur Digitale Communicatie. Echter, ook rol en enkele resultaatgebieden en

competenties van de functie 'Webmanager' zijn van toepassing op deze opleiding en haar studenten. Vandaar dat wij hebben gekozen voor een combinatie van rol, resultaatgebieden en competenties.

Rol(len)

De *adviseur digitale communicatie* adviseert over de invoering van webtoepassingen en nieuwe technieken. De adviseur digitale communicatie is ook verantwoordelijk voor de analyse van nieuwe ontwikkelingen rond webtoepassingen en de inzet van het web als communicatiekanaal. Tevens adviseert hij/zij over de implementatie en randvoorwaarden. De functie wordt doorgaans ingezet onder aansturing van een hiërarchisch manager (bv. communicatie, AZ/FAC of ICT).

De *webmanager* is verantwoordelijk voor het vaststellen van beleid en kaders en voor het ontwerpen, bouwen en beheren van websites en -toepassingen. De webmanager vormt op strategisch niveau de verbindende schakel tussen het algemene communicatiebeleid en de digitale communicatie. De webmanager zorgt voor de uitwerking van ideeën tot compleet werkende websites en -toepassingen. De webmanager geeft hiërarchisch leiding aan de medewerkers. De functie wordt doorgaans ingezet onder aansturing van een hiërarchisch manager (bv. communicatie, AZ/FAC of ICT).

Resultaatgebieden

- Het adviseren over en bevorderen van het gebruik van webtoepassingen;
- Het adviseren over de inzet van webtoepassingen in projecten;
- Het adviseren over de inpassing van webtoepassingen op het organisatiebeleid;
- Het adviseren over het beheer van nieuwe en bestaande webtoepassingen;
- Het analyseren en rapporteren aan de organisatie over de effectiviteit van de ingezette webtoepassingen;
- Het initiëren van nieuwe ontwikkelingen;
- Het onderzoeken van ontwikkeling en gebruik van webtoepassingen;
- Het ontwikkelen van plannen en doen van voorstellen;
- Het zorgdragen voor afstemming met andere media-uitingen;
- Het doen van voorstellen ter verbetering van webtoepassingen.
- Het opstellen van (jaar- of incidentele project-)plannen en -begrotingen;
- Het (doen) opstellen en na goedkeuring uitvoeren van plannen, het hierbij inschakelen van de juiste partijen voor het verkrijgen van goede content en samenwerken met andere disciplines;
- Het aansturen van het bouwen, vormgeven, vullen, vernieuwen en uitbouwen van websites en -toepassingen.

Kennis, inzicht en vaardigheden

- Goede kennis van communicatie, ICT en webtoepassingen;
- Kennis van veranderprocessen en implementatie van nieuwe ontwikkelingen;
- Vaardig in het omgaan met professionals en vakspecialisten;
- Brede oriëntatie op het werkveld;
- Adviesvaardigheden.
- Kennis van communicatie en marketing op het gebied van websites en -toepassingen;
- Kennis van projectmanagement en complexe veranderprocessen;
- Vaardig in het omgaan met professionals en experts;
- Inzicht in de belangen van directie en managers;

Competenties

- Klantgerichtheid
- Resultaatgerichtheid
- Visie
- Organiseerbewustzijn
- Analytisch vermogen
- Adviseren
- Onderhandelen
- Communicatie
- Omgevingsbewustzijn

Opleiding en ervaring

- HBO+/academisch werk- en denkniveau; opleiding bedrijfskundige informatica of (digitale) communicatie, marketing en multimediadesign;
- Ruime ervaring met het hanteren van nieuwe media;
- Advieservaring.

2.5 - Hoofdpijnen opleiding

- De opleiding werkt met de in de communicatie gangbare indeling/onderscheiding in communicatie domeinen: interne communicatie, externe (of: concern) communicatie en marketingcommunicatie (of: internetmarketing). U worden tools, kennis en vaardigheden aangereikt die u gaan brengen richting een meer strategische advisering. De opleiding pretendeert overigens niet om in 10 maanden van elk van u een 100% strategisch adviseur te maken die mee kan en mag praten over organisatie-, communicatie- en bedrijfsbeleid in het hogere of topmanagement. E.e.a. is afhankelijk van uw opleiding, (werk)ervaring, competenties en uiteraard de mogelijkheden die uw organisatie u biedt.
- De opleiding beoogt in de vakmodulen en de trainingen *verandering* in gang te zetten: op individueel en persoonlijk vlak bij uzelf middels de trainingen én op een meer collectief vlak bij het bedrijf of de organisatie waar u werkzaam bent (werken naar een nieuwe/gewenste situatie).
- Gedurende alle modulen wordt er gewerkt met een aantal bedrijfs- en (online) communicatiemodellen. De opleiding acht het van groot belang dat u uw adviezen kunt onderbouwen met theorie en kennis, gebaseerd op een aantal vaak voorkomende organisatie modellen. Er wordt daarom gewerkt met een modellenboekje.
- De opleiding is bij alle onderdelen *toepassingsgericht*. Opgedane kennis in het domein en de ICT-module moet direct in uw bedrijf of de organisatie worden toegepast en verwerkt.
- Om samenhang in en tussen de vakmodulen te bewerkstelligen wordt er het hele jaar door gewerkt met een complexe businesscase, die in de modulen 2 t/m 5 worden behandeld en besproken. Elke module biedt een eigen invalshoek waarmee u de case 'te lijf moet'.
- Het onderwerp 'organisatie- en communicatiebeleid' (op strategisch niveau) komt in elke module nadrukkelijk aan bod. De opleiding vindt het noodzakelijk dat u hier minimaal kennis van heeft. In uw bedrijf of organisatie moet u ernaar 'op zoek gaan' en met stakeholders gesprekken voeren. Dit om te voorkomen dat u blijft 'hangen' in uitsluitend het operationele of tactische niveau.
- De opleiding kiest in plaats van (online) tentamens voor de ultieme toetsingstoets in de vorm van bedrijfsscans. De *wijze van toetsen* is in de drie domeinmodulen identiek: begin- en

eindscan. Eén van de eindscans leidt tot een uitgewerkt projectplan ter verdediging bij het mondelinge examen.

- De opleiding gaat consequent uit van het eigen bedrijf of de eigen organisatie als *casuïstiek*. Daarnaast bieden de organisaties van uw medestudenten meer dan voldoende -overige- casuïstiek. Ook wordt in de drie domeinmodulen gewerkt met een fictieve case, die vanuit de drie invalshoeken benaderd wordt.
- De colleges zijn in hoge mate *interactief*. Minimaal de helft van de avond is 'voor en door de studenten': werken in groepjes, discussie, individuele of duopresentaties enz.

3 - Opbouw van het programma

U volgt een studieprogramma van 10 maanden dat is opgebouwd uit vijf modules, vier vaardigheidstrainingen en een examenperiode. Per week vindt één college plaats, in principe op maandagavond van 18.30-21.30 uur op de HAN te Arnhem.

De vier vaardigheidstrainingen bestaan uit vijf aaneengesloten dagdelen op vrijdag/zaterdag (inclusief een overnachting) in hotel De Bosrand te Ede.

3.1 - Programma studiejaar

Training 1	Introductie/Presentatievaardigheden (1 weekend)
Training 2	Adviseren 1 (1 weekend)
Training 3	Adviseren 2 (1 weekend)
Training 4	Internetprojectmanagement (1 weekend)

Module 1	Trends, toepassingen, middelen en snufjes in ICT, Media en Communicatie – 3 weken
Module 2	Marketingcommunicatie (Internetmarketing) – 6 weken
Module 3	Interne Communicatie – 6 weken
Module 4	Externe of Concerncommunicatie – 6 weken
Module 5	ICT en Internettechnologie – 6 weken

Examenperiode – 3 of 4 weken.

Training 1: het introductieweekend ‘presentatievaardigheden’ staat in het teken van kennismaken met elkaar, groepsdynamica en het nog eens terughalen c.q. oefenen van (persoonlijke) presentatievaardigheden.

Training 2 en 3: de trainingsweekenden ‘adviseren’ kennen als thema: hoe adviseer ik mijn management/klanten op de juiste wijze over het kiezen en (durven) inzetten van nieuwe en mogelijk risicovolle online trends, ontwikkelingen en toepassingen voor onze/hun organisatie.

Training 4: het trainingsweekend ‘internetprojectmanagement’ geeft, aan de hand van praktische oefeningen, inzicht in de ontwerpfasen en het beheer van een internetproject.

Module 1: in deze module maakt u kennis met een reeks (nieuwe) digitale toepassingen, trends, snufjes, begrippen, apparaten en termen op het terrein van de informatica, media en online communicatie. Naast deze oriëntatie en kennismaking is het ook de bedoeling dat u zich afvraagt of het onderwerp in kwestie van belang is of kan worden in de eigen organisatie (of die van uw klant).

Ook krijgt u in deze module het modellenboekje uitgereikt en begint u met het schrijven van de zogenaamde ‘beginscan’. De beginscan is uw geschreven antwoord op de vraag: wat doet mijn bedrijf of organisatie nu, op dit moment, binnen de drie communicatiedomeinen Marketingcommunicatie, Interne communicatie en Externe (of: concern-) Communicatie aan online communicatie en waarom? Het is uw vaststelling van de feiten en de gedachte(n) erachter. Niet meer en niet minder. De beginscan bestaat uit ongeveer drie pagina’s tekst.

Module 2, 3 en 4: in deze (vak- of domein)modulen onderzoekt u wat het bedrijf of de organisatie nu juist wil veranderen! Wat moet de nieuwe, *gewenste* situatie worden op online gebied in de drie domeinen? Die

nieuwe situatie gaat u beschrijven in de zogenaamde 'eindscan'. De drie modules kennen een gelijke aanpak:

Stap 1: aan het begin van elke module controleert u nog even of de beschrijving in de beginscan (nog) juist is. Klopt deze situatie nog of is er inmiddels alweer iets veranderd/bijgesteld? Zo ja, dan vermeldt u dat in de inleiding van uw eindscan.

Stap 2: u gaat met de docent van de module en uw medestudenten zes weken 'op reis' door het domein, krijgt daarbij theorie, modellen, artikelen en sites aangereikt die u dient te bestuderen en u praat tegelijkertijd in uw bedrijf of organisatie met sleutelfiguren (beleidsmakers en –beslissers) over de mogelijke, gewenste nieuwe koers in het betreffende domein. Van hen komt o.a. de informatie voor uw eindscan. De centrale vraag daarbij is: wat willen wij nu eigenlijk veranderen in dit domein? Anders geformuleerd: wat willen we over een half jaar/één jaar veranderd hebben, bereikt hebben? Waar willen we dan staan? Het antwoord op deze vraag is zowel strategisch, tactisch als operationeel! Al het geleerde tijdens de module en alle gesprekken in uw organisatie leiden tot stap 3.

Stap 3: Na afloop van de module levert u een *eindscan* op. De eindscan is het geschreven resultaat van alle theorie, praktijk, gesprekken en ideeën (denk qua omvang aan ongeveer 5 kantjes). De eindscan bevat een idee, een concept, een schets, een blauwdruk van de nieuwe, gewenste (online) situatie in het betreffende domein. De eindscan is nog geen uitgewerkt of gedetailleerd (project)plan; het is veel meer een *visiestuk*, wel al met uw kijk/visie of advies op de voorgenomen verandering. Gedurende de opleiding krijgt u een nadere toelichting op deze scans en de verwachtingen van de opleiding daarbij (zie overigens ook alvast het Toetsingsdocument in de bijlagen).

Let op: de drie eindscans zijn ook de formele afsluiting van de module. De scans hebben de status van een toets/tentamen en vallen onder het Tentamen- en Examenreglement (zie hoofdstuk 7).

Module 5: in deze module staat de Adviseur Online Communicatie centraal als schakel tussen eindgebruikers en IT-programmeurs en/of -bouwers. De adviseur vormt de brug tussen de inhoudelijke wensen/eisen van de opdrachtgever/klant en de technische (on-)mogelijkheden van de makers/bouwers. U moet dus voor een belangrijk deel de taal van de IT'er, de internettechnoloog, (leren) verstaan en spreken.

Eindexamen: het eindexamen is een mondeling eindexamen en bestaat uit het kiezen, uitwerken en presenteren van één van de drie eindscans tot een uitgewerkt en gedetailleerd projectplan. Dit projectplan (of adviesrapport t.b.v. uw interne opdrachtgever(s) of externe klant) presenteert u aan de eindexamencommissie waarna er vragen aan u worden gesteld. De commissie bestaat uit vertegenwoordigers van de opleiding en leden van de Beroeps- en Adviescommissie, genoemd vooraan in deze studiegids. Ook uw leidinggevende(n) en collega's zijn van harte welkom op deze eindexamensessie, die in totaal 1 uur duurt. Gedurende de opleiding krijgt u nadere informatie over de gang van zaken rondom dit eindexamen.

3.2 – Aanwezigheid

De opleiding gaat ervan uit dat u 100% aanwezig bent bij alle trainingen en modules. Mocht u echter onderdelen en/of collegeavonden moeten missen, gelden de volgende bepalingen:

Als u een hele of gedeeltelijke vaardigheidstraining mist, spreekt u met de trainer een vervangende opdracht af. Hetzelfde geldt voor module 1.

Bij de vier vakmodulen (modulen 2 t/m 5) mag u per module maximaal twee van de zes colleges missen. Ook dan spreekt u met de docent een vervangende opdracht af. Bent u echter bij drie of meer college-avonden afwezig, dient u de gehele module (in een volgend cohort) opnieuw te volgen. Dit heeft aanzienlijke consequenties! Het opnieuw moeten volgen van een module betekent ook dat u niet kunt afstuderen in uw eigen cohort. Pas na het volgen (én voldoende afsluiten) van alle vier de vakmodulen krijgt u toegang tot het eindexamen van de opleiding.

3.3 - Toetsing en afsluiting

Vaardigheidstrainingen: geen eindtoets (feedback van trainers);

Module 1: geen eindtoets;

Module 2, 3 en 4: de eindscans worden door de docent beoordeeld n.a.v. opgestelde criteria;

Module 5: paper/verslag/mogelijk presentatie (ter beoordeling van docent).

De modulen 2, 3, 4 en 5 moeten minimaal met de omschrijving 'voldoende' of het cijfer 6,0 (zes komma nul) of hoger worden afgesloten. Bij een lagere waardering of cijfer wordt in overleg met de docent en de studieleider een herkansing afgesproken. Cijfers worden overigens niet naar boven of beneden afgerond. Een 5.9 bijvoorbeeld blijft dus een onvoldoende!

U hebt per module (2 t/m 5) recht op één herkansing. Uitsluitend met viermaal een 'voldoende' of het cijfer 6,0 of hoger hebt u toegang tot het eindexamen.

3.4 - Vrijstellingen

Alle onderdelen van de opleiding zijn verplicht. Dat geldt voor elke module en elke training. Vrijstellingen voor programmaonderdelen zijn niet mogelijk. We verzoeken u juist uw eventuele expertise ter beschikking te stellen aan uw medestudenten. Wellicht kunt u i.s.m. met de docent een collegeonderdeel voor uw rekening nemen?

4 - Volgorde programma en studiebelasting

Training 1	Module 1	Training 2	Module 2	Training 3
Introductie en presentatievaardigheden 1 weekend (vrijd/zat)	Trends, toepassingen, middelen en snufjes in ICT, media en communicatie 3 avonden/weken	Adviseren 1 1 weekend (vrijd/zat)	Marketingcommunicatie (Internetmarketing) 6 avonden/weken	Adviseren 2 1 weekend (vrijd/zat)
Module 3	Training 4	Module 4	Module 5	Examenperiode
Interne communicatie 6 avonden/weken	Internet Projectmanagement 1 weekend (vrijd/zat)	Externe (of: concern-) communicatie 6 avonden/weken	ICT-techniek en internettechnologie 6 avonden/weken	Geen colleges 3 of 4 weken

De totale studiebelasting bestaat uit:

- Collegeweek: 27 weken x 3 uur college per week = 81 uur;
- Zelfstudie-uren: 27 weken x 10-12 uur per week = 324 uur;
- Trainingsweekenden, incl. voorbereiding: 4 x 28 uur = 112 uur;
- Examens, incl. voorbereiding: 3 x 12 uur voorbereiding + 8 uur examen = 44 uur.

Daarmee komt de totale studiebelasting uit op 561 uur.

5 - Inhoud modulen/trainingen

Weekend 1: Introductieweekend/vaardigheidstraining Presentatievaardigheden

Belang van deze training

Als adviseur online communicatie zult u regelmatig worden gevraagd om een plan of standpunt uiteen te zetten en/of uitgebreid(er) te presenteren voor anderen. Soms voor een enkel individu, soms voor een grote(re) groep mensen. En presenteren blijft een spannende zaak! "Je kunt het of je kunt het niet" is een veelgehoorde opvatting. Dat is niet zo. Presenteren kun je leren. Naast het kennismaken met elkaar zult u dus dit weekend ook uzelf (leren) presenteren. En u zult merken: in ieder van ons schuilt een talent!

In het eerste dagdeel van dit trainingsweekend geven de opleidingsmanager en de studieleider informatie over de opleiding, de organisatie, de regelingen enz.

Leerdoelen

- Kennismaken met elkaar
- Kennismaken met elkaars bedrijf of organisatie
- Kennismaken met de opleiding
- Uzelf durven 'neerzetten'; durven presenteren
- Omgaan met feedback op uw presenteren

Competenties

- Voorbereiden
- Vertellen
- Vragen beantwoorden
- Durven
- Communiceren

Onderwerpen in deze training

- Op een efficiënte manier een presentatie voorbereiden;
- Op een publieksvriendelijke en overtuigende manier een presentatie houden;
- Vragen vanuit het publiek geloofwaardig beantwoorden.

Module 1: Trends, toepassingen, middelen en snufjes in ICT, Media en Communicatie

Belang van deze module

Deze module vormt de introductie op de gehele opleiding. In vogelvlucht wordt u meegenomen in de wereld van digitale trends, ontwikkelingen, issues, begrippen, snufjes en apparaten. De bedoeling van deze module is om u snel 'bij te praten' op deze ontwikkelingen en om u zich meteen al te laten afvragen wat u ermee -in uw bedrijf of organisatie- moet of kunt.

De module zorgt ervoor dat alle studenten aan het begin van de opleiding hetzelfde begrippen- en referentiekader krijgen m.b.t. online communicatie, nieuwe en sociale media. In de modulen erna worden de aangestipte onderwerpen verder uitgediept en verbreed. Ook wordt in deze eerste module het modellenboekje uitgereikt en besproken en wordt hulp geboden bij het schrijven van de beginscan.

Leerdoelen

- Kennismaken met de nieuwste mogelijkheden van Internet;
- Best Practices zien van nieuwe internetrends en –toepassingen;
- Onderscheiden van trends en hypes;
- Trends inschatten op kansen en mogelijkheden voor de eigen organisatie.

Onderwerpen

Social Media, Social networks, API's, Social gaming, Web 2.0 en Web 3.0, Social bookmarking, Geotagging, Location based advertising, GPS, Transmedia storytelling, E-mail marketing, Mobile services, 3Dweb, Narrow casting, Weblog, Blog, Videoblog, Podcasting, Vodcasting, iTunes, ipad en ipod, Broadcasting, Streaming video, RSS, Viral marketing enz.

Weekend 2: Vaardigheidstraining Adviseren 1

Belang van deze training

De opleiding heet 'Adviseur' online communicatie. Dagelijks wordt uw mening gevraagd of wordt u gevraagd te adviseren in communicatievraagstukken. Op uw competenties als adviseur wordt voortdurend een beroep gedaan. Het kan dan ook niet anders dan dat uw manier van adviseren onderwerp is van een training. Hoe adviseert u nu? Hoe onderbouwt u uw adviezen? Hoe gaat u om met lastige vragen? Hoe overtuigend presenteert u de adviezen? Het zal duidelijk zijn dat u in dit weekend het één en ander zult moeten laten zien. Op uw stijl van adviseren krijgt u feedback van de trainer en uw medestudenten. Tijdens deze training leert u de algemene vaardigheden van een professioneel adviseur.

Leerdoelen

- Kennis van de ,voor een goede advisering relevante, onderdelen: Adviesstijlen, Argumentatieleer, Toonzetting en Non- verbale communicatie;
- Leren afstemmen op de vraag en de verwachting van de opdrachtgever(s).

Competenties

- Initiatieven nemen
- Plannen en organiseren
- Procesgericht handelen
- Leidinggeven
- Zelfreflexie uitbouwen

Onderwerpen in deze training

Dagdeel 1

- Introductie op het beroep van adviseur
- Zelfreflexie op adviesvaardigheden

Dagdeel 2

- Theorie adviesstijlen
- Bespreken van praktijkissues

Dagdeel 3

- Adviseren (de vraag achter de vraag leren ontdekken)

Dagdeel 4

- Terugblik vrijdag en openstaande vragen en suggesties
- Opdracht d.m.v. rollenspel in subgroepen

Dagdeel 5

- Persoonlijk ontwikkelingsplan Adviseren
- Opdracht voor 2^e trainingsweekend

Module 2: Marketingcommunicatie (Internetmarketing)**Belang van deze module**

De kennis en kunde op doen om online marketing op een strategische wijze in te zetten voor intern en of externe klanten. Hierbij wordt ingegaan op de online marketing middelen die voor handen zijn en hoe deze ook werkelijk operationeel in te zetten om eerder genoemde strategie te laten slagen. Het plaatsen van online marketing in een grotere perspectief versus communicatie en crossmediale verbanden.

Leerdoelen

- Het opdoen van kennis over de huidige online marketing- middelen en leren hoe een hype van een trends te onderscheiden;
- Het maken van concrete afrekenmodellen gebaseerd relevante KPI's waardoor bedrijfsdoelstellingen behaald worden;
- Het achterhalen van de stakeholders binnen de onderneming om online marketing tot succesvol te kunnen implementeren. Het kunnen optreden als regisseur tussen de verschillende afdelingen en externe bureau's;
- het concreet formuleren van een beginpunt, het formuleren van een gewenste situatie, het formuleren van een concreet advies en stappenplan gekoppeld aan eerder genoemde doelstellingen;
- Het interpreteren van website statistieken en concreet –laten handelen- naar aanleiding van het inzicht verkregen uit deze statistieken. Dit in een breder verband dan alleen online.

Competenties - tijdens deze training werkt u aan de volgende competenties

- Analyseren
- Overtuigen
- Implementeren
- Focus
- Adviseren

Onderwerpen in deze module**Dagdeel 1 - Middelen en termen**

- Welke online middelen zijn beschikbaar en waar worden ze voor ingezet?
- Welke termen komen veel voor in het vakgebied en wat betekenen ze nou echt?
- Aan de slag met middelen.

Dagdeel 2 - Analyseren

- Welke middelen die ik heb ingezet zijn het meest succesvol?
- Welke middelen hebben invloed op elkaar?
- Hoe kan ik uit core meetgegevens een advies en visie formuleren?

Dagdeel 3 - Focus

- Een van de belangrijkste spelers op Internetgebied is Google. Hoe werkt zoekmachine optimalisatie en adverteren?
- Wat doet Google in een breder perspectief?

Dagdeel 4 - Focus; implementeren

- E-mailmarketing heeft fysieke direct marketing van de troon gestoten. Hoe zet ik een e-mailstrategie op?
- Wat zijn juridische en praktische valkuilen?
- Hetzelfde geldt qua impact voor sociale media, hoe vertaal ik deze naar mijn bedrijfscommunicatie en wie doet wat?

Dagdeel 5 - Analyseren; adviseren

- Meten is weten maar wat meet je eigenlijk en wat weet je dan?
- Hoe gebruik ik mijn websitestatistieken om te sturen en aan te passen?
- Hoe kan ik sociale media meetbaar maken?

Dagdeel 6 Adviseren implementeren

- Examenvoorbereiding;
- Analyseren online marketing;
- Quick scan aanwezigheid sociale media, quick scan website, quick scan online marketingactiviteiten;
- Formuleren strategisch advies én een stappenplan ter uitvoering, rekeninghoudend met de beperkingen die er intern en extern zijn.

Weekend 3: Vaardigheidstraining Adviseren 2

Belang van deze training

Voortbouwend op weekend 1: in training 2 staan uw praktijkissues m.b.t. adviesvaardigheden centraal.

- Hoe adviseert u nu?
- Welke methode kiest u om een effectief (beleids)advies uit te brengen?
- Hoe gaat u om met belangen, waarden, normen en bevoegdheden?
- Hoe straalt u binnen het eigen specialisme professionele autoriteit uit?
- Hoe kunt u op inspirerende wijze standpunten en ideeën toelichten en beargumenteren?

Ook in dit weekend wordt er veel initiatief en inbreng van u verwacht. Tijdens deze training ontwikkelt u zich tot professioneel Adviseur Online Communicatie!

Leerdoelen

- Kennis van de, voor een goede advisering relevante, onderdelen onderhandelingsstijlen; omgaan met belangen, waarden en normen; het creëren van draagvlak binnen de gehele organisatie; het vergroten van uw inbreng en invloed;
- U kunt afhankelijk van het vraagstuk, het moment, de context en de gesprekspartner(s) de juiste toon, stijl en argumenten kiezen.
-

Competenties

- Luistervaardigheid
- Plannen en organiseren
- Procesgericht handelen
- Empatisch vermogen
- Flexibiliteit

Onderwerpen in deze training

Dagdeel 1

- Terugblik weekend 1;
- Praktijkissues: Persoonlijk Ontwikkelingsplan Adviseren.

Dagdeel 2

- Theorie onderhandelingsstijlen, belangentegenstellingen, waarden en normen;
- Ontwikkelen van onderhandelingsvaardigheden;
- Plenaire uitwisseling.

Dagdeel 3

- Professioneel adviseren (Organisatie en uitvoer);
- Opdracht d.m.v. rollenspel plenair.

Dagdeel 4

- Terugblik vrijdag en openstaande vragen en suggesties;
- Opdracht d.m.v. rollenspel in subgroepen;
- Plenaire nabespreking.

Dagdeel 5

- Evaluatie m.b.v. Persoonlijk ontwikkelingsplan Adviseren.

Module 3: Interne Communicatie

Belang van deze module

Het gebied tussen in- en externe communicatie wordt in dit digitale tijdperk steeds dunner. Dit vraagt om aanpassingen van de organisatie, de wijze van werken en afstemming in de organisatie. Hoe doe je dat? Wat is het effect van je communicatie? Bereik je jouw doelstellingen met wat je communiceert? Wat betekent dat voor je werk, met welke mechanismes heb je te maken in de organisatie, wat betekent dit voor je advisering aan bestuur en/of directie?

Leerdoelen

- Inzicht in het belang van doelgerichte interne communicatie vergroten;
- Inzicht in groepsprocessen in een organisatie;
- Kennis over social media in organisaties vergroten;
- Gebruik van de juiste communicatiekanalen bepalen en toepassen;
- Communicatiemodellen door de eeuwen heen;
- Communicatievormen en hun karakteristieken.

Competenties - tijdens deze module werkt u aan de volgende competenties

- Adviseren
- Luisteren
- Inlevingsvermogen
- Resultaatgericht communiceren
- Gespreksvaardigheden

Onderwerpen in deze module

Dagdeel 1

- Wat is interne communicatie in deze digitale periode?
- Welke communicatiekanalen zijn er (oud/nieuw)?

Dagdeel 2 en 3

- Organisatiekunde en de positie van de afdeling communicatie;
- Het nieuwe werken;
- Hoe ziet een moderne organisatie eruit en hoe werken medewerkers daar met elkaar?
- Afstemming van communicatiebeleid op de wijze waarop de organisatie is ingericht;
- Wat betekent het nieuwe werken voor je communicatiebeleid?

Dagdeel 4

- Groepsdynamica: wat is het en wat kan het doen in jouw organisatie?
- En: wat betekent het in social media?

Dagdeel 5

- Hoe kun je Social Media inzetten bij veranderingsprocessen in je organisatie?
- Wat zijn de effecten van communicatie?
- Vormen van feedback;
- Crisiscommunicatie tips.

Dagdeel 6

- Integraliteit, samenhang creëren van strategisch oogpunt!
- Trics, do's and don'ts.

Weekend 4: Vaardigheidstraining Internetprojectmanagement**Belang van deze training**

Als adviseur online communicatie zul je regelmatig optreden als projectleider voor het realiseren van een nieuwe website, een Intranet, een webapplicatie of een grootschalige vernieuwing van een van deze. Tijdens deze training leer je de algemene vaardigheden van een projectmanager te combineren met de fasering van een internetproject.

Leerdoelen

- Kennis van de fasen van een internetproject;
- Sturen op tijd, geld en kwaliteit;
- Elementen van een projectplan;
- Elementen van een projectorganisatie.

Competenties

- Plannen en organiseren
- Resultaatgericht
- Communicatie
- Leidinggeven
- Omgevingsbewustzijn

Onderwerpen in deze training**Dagdeel 1**

- Introductie fasen internetproject;
- Inventarisatie van praktijkissues;
- Organisatorische start;
- Stuurfactoren in een project;
- Bespreken van praktijkissues.

Dagdeel 2

- Functioneel ontwerp;
- Interactieontwerp;
- Eisen aan het CMS;
- Grafisch ontwerp;
- Bespreken van praktijkissues.

Dagdeel 3

- Goed opdrachtgeverschap (werkvorm: rollenspel).

Dagdeel 4 en 5

- Wrap-up vrijdag + openstaande vragen;
- Bouwen en testen;
- Deelproject contentmigratie;
- Livegang en beheerfase;
- Bespreken van praktijkissues.

Module 4: Externe Communicatie (of: Concerncommunicatie)

Belang van deze module

Kennis vergaren over de groeiende rol van digitale media in Externe Communicatie, de toepassing van diverse online mogelijkheden op het vakgebied van Externe Communicatie en hoe daarover geadviseerd moet worden.

Leerdoelen

- Kennis van organisatorische aspecten rondom Externe Communicatie;
- Beoordeling kanaalkeuze in communicatiemix;
- Up to date kennis van externe communicatiemogelijkheden;
- Advisering op strategisch niveau.

Competenties

- Beoordelen: beoordelen van het extern communicatiebeleid van de eigen organisatie;
- Adviseren: advies uitbrengen over externe communicatie;
- Organisatiebewustzijn;
- Analytisch vermogen.

Onderwerpen in deze module

Dagdeel 1 - Organisatie

- Webmanagement cyclus;
- Beleid: missie, visie en doorvertaling naar externe communicatie.

Dagdeel 2 - Corporate informatie en communicatie

- Kanaalkeuze;

- Usability;
- Relaties met externe partijen.

Dagdeel 3 - Van zenden naar luisteren en dialoog

- Communicatiemodel;
- Sociale netwerken, communities en social media;
- Doelen van communicatie en verschillende niveaus van interactie.

Dagdeel 4 - Online reputatiemanagement

- Webcare;
- Monitoring.

Dagdeel 5

- Kenmerken van arbeidsmarktcommunicatie;
- Stijlgids.

Dagdeel 6

- Online ondersteuning van evenementen;
- Wetgeving op internet.

Module 5: Trends en toepassingen ICT-Techniek en Internettechnologie

Belang van deze module/training

Het onderkennen van de verbindende rol van de adviseur communicatie tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, alsmede tussen organisatie, informatie en technologie maar ook tussen het strategisch richten en tactisch inrichten van de middelen voor ICT en Internet om te komen tot nieuwe manieren van samenwerking binnen organisaties, met klanten en in ketens.

Leerdoelen

- Het kunnen verbinden van opdrachtgever en technoloog, van organisatie met klant, van medewerker met medewerker, van organisatie met informatievoorziening, en van eigen persoon met de organisatie en van eigen persoon met de omgeving
- Het mede kunnen regisseren van veranderingen in de organisatie op gebied van informatievoorziening en technologie, met name bij gebruik Internet 2.0, zowel in projectmatige als in beheersmatige situaties
- Het kunnen voorspellen van hypes en trends aan de hand van modellen en wetmatigheden binnen een gekozen context van organisatie, klanten, keten, nederland of internationaal.
- Het kunnen sturen van de ontwikkeling van nieuwe middelen op het gebied van ICT en Internet 2.0, ondersteund door de inzet van de concepten architectuur en services
- Het kunnen classificeren en op juiste wijze gebruiken van sociale netwerken en andere vormen van middelen tot samenwerking, teneinde het juiste type middel te kunnen inzetten om een gewenste doel van de organisatie te bereiken

Competenties

- Verbinden
- Regisseren
- Voorspellen
- Richten
- Inrichten

Onderwerpen in deze module

Dagdeel 1 Verbinden:

- Reputatiemanagement offline en online;
- Eigen gebruik Internet middelen;
- Verbinden opdrachtgever en technoloog;
- Verbinden organisatie, informatie en technologie.

Dagdeel 2 Regisseren:

- Organisatie richting;
- Organisatie inrichting;
- Inrichting Informatie en Technologie;
- Beheer Informatievoorziening.

Dagdeel 3 Voorspellen:

- Context van voorspellen;
- Bronnen;
- Modellen en wetmatigheden.

Dagdeel 4 Ontwikkeling:

- Sturing op tijd, geld, scope en kwaliteit;
- Fasering;
- Competenties;
- Ontwikkelen onder architectuur;
- Platform, Software en Infrastructuur Services.

Dagdeel 5 Samenwerking:

- Sociale netwerken;
- Content Sharing;
- Zoeken van content;
- Weblogs;
- CMS-systemen;
- Mashups;
- Wiki's;
- Social Bookmarking.

Dagdeel 6 Afronding:

- Examenvoorbereiding module;
- Actuele nieuwsonderwerpen;
- Keuze uit andere actuele of trendy onderwerpen, zoals crowdsourcing, virale marketing, adverteren op internet, online gaming.

6 – Organisatie en regelingen

6.1 - Praktische informatie

Inschrijvingsduur

De inschrijvingsduur van de opleiding is maximaal 2 jaar. Binnen deze periode moet u uw diploma behaald hebben. Daarna dient u zich opnieuw in te schrijven tegen de dan geldende kosten en tarieven.

Collegeavond

In principe maandagavond van 18.30 - 21.30 uur (tenzij anders in het rooster aangegeven of meegedeeld). Aan het begin van de opleiding wordt u het lokaal meegedeeld. Bij overschrijving van het aantal studenten kan een tweede groep ontstaan die op een andere avond in de week de opleiding volgt.

Studiebelasting

Afhankelijk van instroomniveau, werkervaring en leervermogen: gemiddeld 10-12 uur per week (inclusief 3 uur college per week).

Werk

Minimaal 2/3 jaar relevante werkervaring, bij aanvang van de opleiding minimaal voor 50% werkzaam in een relevante communicatiefunctie.

Opleidingslocatie

HAN Expertisecentrum Informatica, Media en Communicatie, Ruitenberglaan 26, 6826 CC te Arnhem.

Catering

Koffie en thee zijn gedurende de collegeavonden inbegrepen. U kunt voorafgaand aan het college voor eigen rekening een warme maaltijd gebruiken in het restaurant van de faculteit.

Parkeren

Gratis op de diverse HAN parkeerterreinen. Het dichtstbijzijnde parkeerterrein is P1, ga daar via de 'groene ingang' het gebouw in. Overigens gaat deze deur om 19.30 dicht. U dient 's avonds na afloop van het college om 21.30 uur even om het gebouw heen te lopen. Parkeer uw auto s.v.p. binnen de vakken.

Kopiëren/faxen

Vraag het de studieleider.

Afmelden voor college

Z.s.m. bij de studieleider.

Mobiele telefoon

Wij verzoeken u uw mobiele telefoon gedurende de collegeavonden en de trainingsdagdelen helemaal uit te zetten. Het uit het college weglopen om een oproep te beantwoorden wordt door de docenten als storend ervaren. Verwacht u een dringend (privé)telefoontje, meldt dit dan vooraf aan de docent/trainer en zet uw telefoon op de trilfunctie.

Startdatum

Groep AOC, cohort 5: 9 en 10 september 2011 (introductieweekend).

6.2 Opleidingsmanager/studieleider

Taak opleidingsmanager voor wat betreft begeleiding:

- Bespreken met de studenten van de studievoortgang;
- Aanspreekpunt voor studenten m.b.t. inhoudelijke zaken;
- Bespreken van omstandigheden in de persoonlijke sfeer; advisering van mogelijke vervolgstudies.

Taak studieleider:

- Algemene informatie over de opleidingen;
- Afmelden voor tentamens of colleges;
- Allerlei vragen van administratieve en praktische aard;
- Inschrijven voor herkansingstentamens.

U kunt de studieleider op maandag en dinsdag van 09.00 – 17.00 uur bereiken onder telefoonnummer 026-3658292 in het HAN Expertisecentrum en via mirjam.vandeven@han.nl. Tevens is de studieleider op de collegeavond(en) tot 19.00 uur in het gebouw van het Expertisecentrum aanwezig, kamer E 0.22. Een afspraak met de opleidingsmanager kan via de studieleider worden gemaakt.

6.3 - Betalingsafspraken

Ongeveer drie/vier weken na aanvang van de opleiding factureert de HAN alle opleidingskosten, verbonden aan deze opleiding, inclusief alle hotel- en/of verblijfskosten. U of uw werkgever dienen het volledige bedrag ineens te voldoen.

Binnen twee weken na aanvang van de opleiding kunt u desgewenst bij de studieleider of opleidingsmanager aangeven of u gebruik wenst te maken van de zogenaamde betalingsregeling. Deze regeling houdt in dat u de opleidingskosten mag voldoen in maximaal twee termijnen (tweemaal 50%). Een spreiding over meerdere termijnen is niet mogelijk.

Bij een betaling in twee termijnen wordt de eerste factuur (50% van alle kosten) kort na aanvang van de opleiding aan u of de werkgever verstuurd. De tweede factuur (de resterende 50%) wordt 5 maanden na aanvang van de opleiding verstuurd.

Mocht u na aanvang van de opleiding besluiten om niet deel te nemen aan (een) trainingsweekend(en) of besluiten geen gebruik te maken van een overnachting, lunch of diner in het conferentiecentrum is het goed om te weten dat er *in geen enkel geval* restitutie van hotel- of verblijfskosten (of een deel daarvan) plaatsvindt.

7 - Tentamen- en examenreglement

7.1 - Permanente examencommissie

De tentamens/examens staan onder toezicht van de permanente examencommissie, voorgezeten door de directeur van het CPM van de Faculteit Techniek van de HAN. Lid van de permanente examencommissie is de opleidingsmanager. De permanente examencommissie heeft tot taak:

- Het vaststellen van het tentamenrooster;
- Het houden van toezicht op al wat het tentamen/eindexamen aangaat;
- Het formeel vaststellen van besluiten aangaande toetsing, afronding en beoordeling.

7.2 – Becijfering

Bij de beoordeling van moduultentamens en het eindexamen wordt gebruik gemaakt van de volgende beoordelingsschaal:

- 1 = zeer slecht
- 2 = slecht
- 3 = zeer onvoldoende
- 4 = onvoldoende
- 5 = bijna voldoende
- 6 = voldoende
- 7 = ruim voldoende
- 8 = goed
- 9 = zeer goed
- 10 = uitmuntend

7.3 - Cum Laude

U hebt recht op de eervolle vermelding 'Cum Laude' als er op uw cijferlijst minimaal een acht komma nul (8,0) of hoger staat vermeld voor de modules 2, 3, 4 en 5 én het eindexamen. Het diploma wordt alleen uitgereikt als u aan alle financiële verplichtingen jegens het opleidingsinstituut hebt voldaan.

7.4 – Regeling hertentamen

Binnen de randvoorwaarde van de maximale inschrijvingsduur van 2 jaar kunt u een vak- of domeinmodule (2 t/m 5) eenmaal herkansen. Als u een tentamen opnieuw aflegt, geldt het laatst behaalde resultaat. U mag maximaal twee modules (van de vier) herkansen. U moet zich voor de herkansingen schriftelijk of mondeling bij de studieleider opgeven.

Let op: bij het -zonder voorafgaand overleg met de studieleider of de opleidingsmanager- laten verlopen van de eerste tentamenmogelijkheid (lees: het niet of te laat inleveren van de eindscan op de gestelde datum/deadline) vervalt de eerste tentamenmogelijkheid. U kunt dan nog eenmaal meedoen met de herkansing. Het resultaat daarvan dient dus direct een 'voldoende' of 6,0 (of hoger) te zijn om toegelaten te worden tot het eindexamen.

7.5 – Vrijstellingen

De opleiding Adviseur Online Communicatie geeft geen enkele vrijstelling voor een module of vaardigheidstraining. Ook een ruime werkervaring en/of bepaalde expertise leidt niet tot vrijstelling. Hiervoor is een belangrijk argument: in de opleiding maakt u deel uit van een voortdurend veranderend leerproces, samen met docenten, medestudenten en mensen uit uw eigen organisatie. Overal en altijd wijzigen inzichten, worden (nieuwe) competenties ontwikkeld en verbetert u uw eigen vaardigheden. Wij vragen juist aan u om uw eventuele specifieke ervaring en deskundigheid tijdens de colleges in te zetten ten behoeve van uw medestudenten. Meld uw expertise vooraf bij de betreffende docent; hij of zij zal er graag in zijn of haar colleges een plek voor vrijmaken!

7.6 - Afmelding voor tentamens

Bij ziekte of andere reden van verhindering tot deelname aan een tentamen moet u zich vooraf telefonisch bij de studieleider (laten) afmelden. Geen afmelding en het vervolgens niet deelnemen aan het tentamen betekent dat u nog eenmaal kunt meedoen met de herkansing. Het resultaat daarvan dient een 'voldoende' of 6,0 (of hoger) te zijn om toegelaten te worden tot het eindexamen.

Bijlage 1: Collegerooster studiejaar 2011-2012**Groep AOC, cohort 5: instroom september 2011**

Datum	Module/college	Aantal colleges / dagdelen
09/10-09-2011 (wk 36)	Weekend 1: Introductieweekend - Toelichting opleiding - Kennismaken - Presenteren	5 dagdelen
12-09-2011 (wk 37)	Geen college i.v.m. afgelopen trainingsweekend	
19-09-2011 (wk 38)	Module 1: Overzicht, trends, toepassingen, middelen enz.	Avond 1
26-09-2011 (wk 39)	Module 1: Overzicht, trends, toepassingen, middelen enz.	Avond 2
03-10-2011 (wk 40)	Module 1: Overzicht, trends, toepassingen, middelen enz.	Avond 3
07/08-10-2011 (wk 40)	Weekend 2: Vaardigheidstraining Adviseren I	5 dagdelen
10-10-2011 (wk 41)	Geen college i.v.m. afgelopen trainingsweekend	
17-10-2011 (wk 42)	Module 2: Internetmarketing	Avond 1
24-10-2011 (wk 43)	Geen college i.v.m. Herfstvakantie	
31-10-2011 (wk 44)	Module 2: Internetmarketing	Avond 2
07-11-2011 (wk 45)	Module 2: Internetmarketing	Avond 3
14-11-2011 (wk 46)	Module 2: Internetmarketing	Avond 4
21-11-2011 (wk 47)	Module 2: Internetmarketing	Avond 5
28-11-2011 (wk 48)	Module 2: Internetmarketing	Avond 6
02/03-12-2011 (wk 48)	Weekend 3: Vaardigheidstraining Adviseren II	5 dagdelen
05-12-2011 (wk 49)	Geen college i.v.m. afgelopen trainingsweekend + Sinterklaasavond	
12-12-2011 (wk 50)	Module 3: Interne Communicatie	Avond 1

Datum	Module/college	Aantal colleges / dagdelen
19-12-2011 (wk 51)	Module 3: Interne Communicatie	Avond 2
26-12-2011 (wk 52) 02-01-2012 (wk 1)	Geen college i.v.m. Kerstvakantie	
09-01-2012 (wk 2)	Module 3: Interne Communicatie	Avond 3
16-01-2012 (wk 3)	Module 3: Interne Communicatie	Avond 4
23-01-2012 (wk 4)	Module 3: Interne Communicatie	Avond 5
30-01-2012 (wk 5)	Module 3: Interne Communicatie	Avond 6
03/04-02-2012 (wk 5)	Weekend 4: Vaardigheidstraining Internetprojectmanagement	5 dagdelen
06-02-2012 (wk 6)	Geen college i.v.m. afgelopen trainingsweekend	
13-02-2012 (wk 7)	Module 4: Externe Communicatie	Avond 1
20-02-2012 (wk 8)	Geen college i.v.m. Voorjaarsvakantie	
27-02-2012 (wk 9)	Module 4: Externe Communicatie	Avond 2
05-03-2012 (wk 10)	Module 4: Externe Communicatie	Avond 3
12-03-2012 (wk 11)	Module 4: Externe Communicatie	Avond 4
19-03-2012 (wk 12)	Module 4: Externe Communicatie	Avond 5
26-03-2012 (wk 13)	Module 4: Externe Communicatie	Avond 6
02-04-2012 (wk 14)	Module 5: ICT en Internettechnologie	Avond 1
09-04-2012 (wk 15)	Geen college i.v.m. Tweede Paasdag	
16-04-2012 (wk 16)	Module 5: ICT en Internettechnologie	Avond 2
23-04-2012 (wk 17)	Module 5: ICT en Internettechnologie	Avond 3
30-04-2012 (wk 18)	Geen college i.v.m. Koninginnedag en Meivakantie	
07-05-2012 (wk 19)	Module 5: ICT en Internettechnologie	Avond 4
14-05-2012 (wk 20)	Module 5: ICT en Internettechnologie	Avond 5

Datum	Module/college	Aantal colleges / dagdelen
21-05-2012 (wk 21)	Module 5: ICT en Internettechnologie	Avond 6
28-05-2012 (wk 22)	Geen college i.v.m. 2 ^e Pinksterdag en voorbereiding examen	
04-06-2012 (wk 23)	Geen college i.v.m. voorbereiding examen	
11-06-2012 (wk 24)	Geen college i.v.m. voorbereiding examen	
Week 25 (18-06 t/m 22-06-2012)	Mondelinge examens (planning volgt)	
Week 26 (25-06 t/m 29-06-2012)	Mondelinge examens (planning volgt)	
Week 27 (02-07 t/m 06-07-2012)	Diploma-uitreiking (datum en tijd volgt)	
	Totaal aantal weekenddagdelen (4 x 5)	20
	Totaal aantal avonddagdelen (1 x 3 en 4 x 6)	27
	Totaal aantal dagdelen Totaal aantal contacturen (47 x 3 uur)	47 141 (excl. examens)

Bijlage 2: Literatuurlijst

In de opleiding AOC wordt soms gebruik gemaakt van een (hand)boek. Wij adviseren u om dat aan te schaffen. Daarnaast krijgt u veelal (online) artikelen, URL's e.d. op ter bestudering. Met betrekking tot de boeken geldt:

Als het ISBN-nummer in de onderstaande lijst niet klopt, gaat u dan uit van de meest recente druk! Uit ervaring is gebleken dat uitgeverij ook tijdens het studiejaar nieuwe oplagen en drukken op de markt brengen of anderszins aanpassingen aan boeken verrichten. Wij adviseren u dringend om niet aan het begin van het studiejaar alle boeken direct aan te schaffen. Koop of bestel uw boek(en) een week of drie/vier voordat de module of de training begint. U hebt het boek dan zeker op tijd bij u in huis om u nog te kunnen voorbereiden voor het eerste college. De onderstaande prijzen zijn adviesprijzen.

Voor de *opleiding als geheel* adviseren wij u om onderstaande boeken aan te schaffen:

Titel: De Internet Scorecard 2.0
Auteur(s): Geert-Jan Smits & Joost Steins Bisschop
Uitgeverij: Pearson Education
ISBN: 978 90 430 1783 1
NUR: 801
Prijs: € 24,95

Titel: Marketingfacts Jaarboek (laatste versie/jaartal)
Te bestellen: <http://www.marketingfacts.nl/jaarboek>
Prijs: € 23,50

Verder wordt u verzocht om *per module/training* aan te schaffen:

T.b.v. weekend 1: Introductieweekend/vaardigheidstraining Presenteren

Geen boek, u krijgt een HAN-reader (wordt ter plekke verstrekt).

T.b.v. module 1: Trends, toepassingen, middelen en snufjes in ICT, Media en Communicatie

Nader bekend te maken / mogelijk geen boek.

T.b.v. weekend 2 en 3: Vaardigheidstraining adviseren

Titel: Adviseren als tweede beroep
Auteur(s): Hanna Nathans
Uitgeverij: Kluwer, 3e druk, 2005
ISBN-nummer: 9013028802
Prijs: € 40,95

T.b.v. module 2: Trends en toepassing Internetmarketing

De Internet Scorecard 2.0 / mogelijk nog andere boeken.

T.b.v. module 3: Trends en toepassingen in Interne communicatie

Nader bekend te maken / mogelijk geen boek.

T.b.v. module 4: Trends en toepassingen in Externe (of: Concern) communicatie

Nader bekend te maken / mogelijk geen boek

T.b.v. module 5: Trends en toepassingen in ICT-Techniek en Internettechnologie

Nader bekend te maken / mogelijk geen boek

Bijlage 3: Adreslijst docenten en trainers**Weekend 1: introductieweekend / vaardigheidstraining presenteren**

Mevrouw D. (Diane) Adams
p/a Diade
Frans Halsstraat 42
6523 CM Nijmegen
Mobiel 06-13402154
E-mail: diade.train@planet.nl

Module 1: Trends, toepassingen, middelen en snufjes in ICT, Media en Communicatie

De heer M. (Marco) Derksen
P/a Sweerts de Landasstraat 65
6814DB Arnhem
Tel. 026-7113824
Mobiel 06-27041122
E-mail: marco@upstream.nl
Internet: www.upstream.nl

Weekend 2: Vaardigheidstraining Adviseren 1

Mevrouw D. (Diane) Adams
p/a Diade
Frans Halsstraat 42
6523 CM Nijmegen
Mobiel 06-13402154
E-mail: diade.train@planet.nl

Module 2: Trends en toepassingen Internetmarketing

De heer J. (Joost) Geerts
Nassastraat 13
6576 BP OOIJ
Mobiel 06-12760015
E-mail: joost@klokenklepel.nl
Internet: www.klokenklepel.nl

Weekend 3: Vaardigheidstraining Adviseren 2

Mevrouw D. (Diane) Adams

p/a Diade
Frans Halsstraat 42
6523 CM Nijmegen
Mobiel 06-13402154
E-mail: diade.train@planet.nl

Module 3: Trends en toepassingen in Interne communicatie

Mevrouw C. (Corine) Jansen
Jan Tinbergenlaan 20
5056 WG Berkel Enschtot
Mobiel: 06-24418815
E-mail: corine14@gmail.com

Module 4: Trends en toepassingen in Externe (of: Concern) communicatie

De heer L. (Lode) Broekman
p/a Broekman Marketing Advies
Graaf Florislaan 9, 1399 VL Muiderberg
Mobiel: 06-81132975
E-mail: lode@broekmanmarketingadvies.nl
Internet: www.broekmanmarketingadvies.nl

Module 5: Trends en toepassing ICT-techniek en internettechnologie

De heer M. (Marcel) Mars
p/a Balance-IT
Postbus 125
6920 AC Duiven
Mobiel +31 (0)6-21898078
E-mail: marcelmars@balance-it.nl
Internet: www.balance-it.nl

Bijlage 4 – Toetsingsdocument

In dit document vindt u de wijze van toetsing en examinering die geldt voor de Post HBO opleiding Adviseur Digitale Communicatie & Nieuwe Media (ADC&NM). Het document is van toepassing op alle cohorten ADC&NM vanaf cohort 5 (2011).

Par. 1 – De hoofdlijnen

De trainingsweekenden

De trainingsweekenden op vrijdag en zaterdag worden *niet* als zodanig met een toets of tentamen afgesloten. Van u wordt aanwezigheid en actieve deelname verwacht. Van de trainers en uw medestudenten krijgt u feedback op uw handelen.

Module 1 (Trends, toepassingen en snufjes)

Deze eerste module in de opleiding wordt *niet* met een toets afgesloten. Van u wordt aanwezigheid en actieve deelname verwacht.

Module 2 (Internetmarketing - IM), 3 (Interne communicatie - IC) en 4 (Externe communicatie - EC)

Deze drie (communicatie)modulen worden *wél* met een toets afgesloten. De vorm waarin dit gebeurt is identiek en verloopt via een algemene beginscan en drie eindscans. Verderop vindt u een uitgebreide beschrijving van deze scans. Overigens worden alleen de eindscans beoordeeld, de algemene beginscan niet.

Module 5 (ICT-techniek en internettechnologie)

Deze module wordt eveneens getoetst. De vorm waarin dit gebeurt, valt uiteen in drie delen:

- U geeft een presentatie over een onderwerp uit uw organisatie;
- U schrijft een paper over een onderwerp uit uw organisatie;
- Uw rol en bijdragen in de colleges worden eveneens beoordeeld.

Zowel de eindscans van module 2, 3 en 4 én de toetsvorm(en) van module 5 hebben het karakter en de status van *een formeel tentamen* waarvoor u een voldoende moet scoren (6.0 of meer) voor het verkrijgen van toegang tot het mondelinge eindexamen.

Par. 2 - De scans van de communicatiemodulen Internetmarketing (IM), Interne communicatie (IC) en Externe communicatie (EC)

De keuze om scans te gebruiken als toetsinstrument heeft te maken met de doelstelling van de opleiding om uw eigen bedrijf of organisatie, uw werkinhoud en functie een zo groot mogelijke rol te geven in het hele opleidingstraject. In de scans verwoordt u namelijk per communicatiedomein de huidige en gewenste, nieuwe situatie van de digitale communicatie in uw eigen organisatie, of die bij uw klant. In de eindscan verwerkt u ook het geleerde in de desbetreffende module. U verwijst in de eindscan waar mogelijk naar theorie, modellen, literatuur, sites enz. Tot slot dient u uw advies aangaande de gewenste ontwikkelingen te geven.

Hieronder de beschrijving van begin- en eindscans. Wat moet u doen?

De beginscan

Aan het begin van de opleiding, gedurende module 1, schrijft u een algemene beginscan. Het is een schriftelijk document dat u digitaal aanlevert bij de studieleader en plaatst op de aangegeven plek op internet. Centraal in de beginscan staat de vraag:

“Wat doet mijn organisatie, bedrijf of klant op dit moment binnen de drie communicatiedomeinen (IM, IC of EC) op het gebied van digitale communicatie?”

De beginscan is een beschrijving van het nu, het heden: vandaag, zo u wilt. In de beginscan beschrijft u (waar mogelijk):

- De missie, visie, strategie en corebusiness van uw bedrijf, organisatie of klant (geef als bijlage ook een organogram);
- In het kort het algemene communicatiebeleid (1), het communicatiebeleid binnen de drie domeinen (2) en daarbinnen de concrete/specifieke te bereiken communicatiedoelstellingen voor het komende jaar (3);
- Wat de organisatie *op dit moment* doet aan *online communicatie* binnen deze drie domeinen (beleid, doelen, middelen).

Houd uw beschrijving kort en krachtig! Denk daarbij aan zo'n 5 A4-tjes maximaal. De beginscan is vooral een document voor uzelf: het is een hulpmiddel om even stil te staan bij de status quo. Wat doet de organisatie eigenlijk *nu*?

Let op: de beginscan wordt NIET door docenten beoordeeld!

Toelichting 1:

Als uw organisatie of klant op dit moment niets doet aan online communicatie in een of meerdere domeinen, dan schrijft u dat dus op. Uiteraard ook de reden(en) daarvoor. U vermeldt dan wel de offline communicatiedoelstellingen en -activiteiten.

Toelichting 2:

Als u, om wat voor reden dan ook, niet in staat bent de beginscan in uw eigen organisatie of bij een klant te maken, dan zoekt u zelf een vervangende organisatie waar dat wél kan. Dat mag ook een stichting, vereniging, goed doel o.i.d. zijn. Voorwaarde daarbij is dat uw 'gastorganisatie' u behulpzaam is bij uw verdere onderzoek en het u mogelijk maakt om daar ook uw eindscan(s) te doen! Lukt het vinden van een gastorganisatie niet, dan haakt u aan bij de organisatie van een van uw medestudenten! Het vinden van een goede vervangende organisatie is uw eigen verantwoordelijkheid.

Par. 3 – Voorafgaand en gedurende de module ...

Voorafgaand aan de (vak-)modulen IM, IC en EC leest u de algemene beginscan nog eens na op actualiteit. Klopt nog steeds wat u aan het begin van de opleiding in de beginscan hebt opgeschreven? Zo ja, niets meer aan doen. Zo nee, vermeld en beschrijf in enkele zinnen wat er intussen veranderd is. Vermeld dat ook in de inleiding van uw eindscan.

Gedurende de module neemt de docent u mee 'op een digitale reis' door zijn of haar domein. U krijgt (groeps-)opdrachten, bezoekt sites en bestudeert literatuur. Van het allergrootste belang is dat u vanaf college 1 (maar eigenlijk al daarvoor) in uw organisatie gesprekken gaat voeren met uw collega's, leidinggevende, managers, directeuren en/of andere stakeholders over de vraag:

“Wat wil onze organisatie binnen nu en 1 jaar binnen dit communicatiedomein op het gebied van online communicatie...

- *veranderen,*
- *aanpakken,*
- *organiseren,*
- *initiëren,*
- *inrichten,*
- *omvormen*
- *tot stand brengen,*
- *enz. enz.”*

Het verkregen antwoord komt, of de verkregen antwoorden komen terecht in uw eindscan.

Par. 4 - De eindscan

Uiterlijk twee weken na afloop van de module stuurt u per e-mail aan de betreffende docent (met cc naar de studieleider) een digitaal exemplaar van uw eindscan en plaatst u uw eindscan op de door de studieleider of docent aangegeven plek op internet.

In de eindscan beschrijft u wat de organisatie in dit communicatiedomein wil bereiken, binnen nu en één jaar. Wat zijn de ideeën, de plannen? En ... wat adviseert u de organisatie om te doen? De eindscan moet u zien als een wensenlijstje, een ideeëndocument, een blauwdruk, een concept(veranderplan). Noem het zoals u wilt. De eindscan bestaat uit maximaal 8 kantjes A4.

Uw eindscan bevat nog geen details, geen planning(en), geen begroting: het is vooral een *richtingendocument*. Vrij vertaald: "De organisatie vindt dat ..., verwacht dat ...; zou graag zien dat..." enz. De verdere invulling, concretisering en planmatige uitwerking geeft u pas aan het eind van de opleiding, als u een van de drie eindscans kiest voor uw mondelinge eindexamen. Wel geeft u in de eindscan alvast als communicatieadviseur uw advies over de gewenste, nieuwe richting.

In de eindscan beschrijft u:

1. De missie, visie, strategie en core business van uw bedrijf, organisatie of klant, inclusief een organogram ('knip en plak' uit de beginscan) (waardering max. 10 punten);
2. Het algemene communicatiebeleid van de organisatie, het communicatiebeleid binnen het betreffende domein en de specifieke/concrete communicatiedoelstellingen binnen dit domein ('knip en plak' voor een deel uit de beginscan) (waardering max. 10 punten);
3. Wat uw bedrijf/organisatie/klant nu doet aan online communicatie binnen dit domein ('knip en plak' uit de beginscan). (waardering max. 10 punten);
4. De nieuwe, gewenste situatie op online (communicatie)gebied binnen het betreffende domein: de richting waarin de organisatie denkt: de verandering, de ontwikkeling of de nieuwe toepassing die men binnen dit domein zou willen gaan in- of doorvoeren (waardering max. 35 punten).
5. Uw persoonlijk advies aan de organisatie over deze nieuwe gewenste situatie (waardering max. 35 punten).

Eindscan is afsluitend tentamen!

De eindscan is tevens het afsluitend tentamen van de betreffende module. Totaal te behalen punten: 100. Op de onderstaande 5 onderdelen wordt de eindscan door de docent beoordeeld.

Ad 1 – Organisatiebeschrijving (maximaal 10 punten)

- Is missie, visie, strategie en corebusiness kort en helder beschreven?
- Is er een organogram bijgevoegd?
- Worden corebusiness, missie, visie en doelstellingen kort en helder beschreven?

Ad 2 – Communicatiebeleid en doelstellingen (maximaal 10 punten)

- Is het algemene communicatiebeleid van de organisatie helder beschreven?
- Is bij het ontbreken ervan aangegeven waarom het er niet is en wat er zou moeten gebeuren?
- Is het communicatiebeleid binnen het betreffende domein beschreven?
- Is bij het ontbreken ervan aangegeven waarom het er niet is en wat er zou moeten gebeuren?
- Zijn de specifieke/concrete communicatiedoelstellingen van het domein beschreven?

Ad 3 - Huidige online situatie (maximaal 10 punten)

- Is de huidige situatie rondom online communicatie in het domein helder beschreven?
- Is bij het ontbreken ervan aangegeven waarom het er niet is (organisatieredenen)?
- Is bij het ontbreken ervan aangegeven welke visie de student hierop heeft

Ad 4 - Nieuwe, gewenste online situatie (maximaal 35 punten)

- Is de nieuwe, gewenste situatie rondom online communicatie helder beschreven?
- Is bij het ontbreken ervan aangegeven waarom het er niet gaat komen (organisatieredenen)?
- Is bij het ontbreken ervan aangegeven hoe de visie van de student hierop is?

Ad 5 – Persoonlijke mening of advies (maximaal 35 punten)

- Is duidelijk welk advies de student aan de organisatie heeft gegeven m.b.t. de nieuwe, gewenste situatie?
- Heeft de student zijn advies helder onderbouwd met argumenten?

Let op: omdat de eindscan het karakter heeft van een afsluitend tentamen is het niet toegestaan om na afloop van de module nog concepten, voorlopige versies e.d. van de eindscan mondeling of schriftelijk voor te leggen aan de docent! U levert dus na afloop van de module 1 (definitieve) eindscan aan die beoordeeld wordt. U kunt dus voor een eindscan zakken! Uiteraard heeft u dan recht op een herkansing.

De beoordeling vindt plaats door een cijfer tussen 1 tot 10 met één decimaal achter de komma (geen + of -). Dit cijfer wordt niet naar boven of beneden afgerond. U heeft minimaal 6,0 nodig om door te kunnen gaan naar het mondeling eindexamen.

Par. 5 - Het mondeling eindexamen

U sluit de opleiding af met een mondeling examen. Voor dit mondelinge eindexamen kiest u één van uw drie eindscans uit en werkt deze uit tot een gedetailleerd en volledig adviesrapport. De eindscan -tot nu toe vooral een richtingendocument met uw advies erbij- wordt nu een concreet en gedetailleerd - schriftelijk- projectplan, waarin u de gewenste verandering -de nieuwe, te bereiken situatie- helder en concreet beschrijft!

Tip: denk nog eens terug aan de (inhoud van de) training Internetprojectmanagement!

Uw projectplan heeft de status van een adviesrapport aan uw eigen management of klant. In uw adviesrapport moet u de volgende onderdelen of paragrafen beschrijven:

- Een beschrijving van de organisatie (incl. organogram);
- Een beschrijving van de missie, visie en doelstellingen van de organisatie;
- Een beschrijving van het algemene communicatiebeleid en de communicatiedoelstellingen van de organisatie;
- Uw persoonlijke motivatie waarom u juist deze eindscan (van dit domein) ter uitwerking heeft gekozen;
- Een beschrijving van de toenmalige situatie op online gebied binnen dit domein (de beginscan);
- Een beschrijving van de nieuwe, gewenste situatie op online gebied binnen dit domein (de eindscan);
- De punten waarop de organisatie evt. moet inspelen of veranderen om het nieuwe scenario in te voeren;
- Een beschrijving van de 'kleine stappen' welke het eerst gerealiseerd moeten worden;
- Een beschrijving van alle betrokkenen bij de verandering;
- Wie is de persoon/functionaris, verantwoordelijk voor de daadwerkelijke verandering;
- Wat is de start - en einddatum van het verandertraject;
- Een financiële verantwoording: wat gaat de migratie kosten? Wat zijn de te verwachten opbrengsten?
- Welke rol heeft u voor uzelf gekozen bij de implementatie van de verandering;
- Welke risico's ziet u en welke medewerkers/afdelingen vormen een risicofactor bij de implementatie?

Overige eisen aan uw adviesrapport:

- Het adviesrapport is een schriftelijk rapport van maximaal 15 pagina's;
- De eerste pagina van uw adviesrapport bestaat uit een managementsamenvatting (ongeveer 1 A4'tje);
- U verstrekt elk lid van de eindexamencommissie tijdens de examenzitting, vlak voor uw presentatie, een exemplaar van uw adviesrapport.

Let op: het adviesrapport als zodanig wordt door de eindexamencommissie niet beoordeeld! Het document wordt door de commissie vooraf en tijdens uw presentatie/verdediging 'scannend' gelezen en gebruikt voor het stellen van vragen.

Uw mondelinge presentatie:

- M.b.v. Powerpoint presenteert u (de rode draad van) uw adviesrapport aan de eindexamencommissie, bestaande uit vertegenwoordigers van de HAN en leden van de ADC&NM Adviescommissie (zie de studiegids). Uw presentatie duurt maximaal 25 minuten. Daarna volgt de verdediging: de leden van de commissie stellen u vragen over uw rapport (ook maximaal 25 minuten).
- Gedurende uw presentatie wordt u niet onderbroken door vragen. Bij de verdediging worden er vragen gesteld door de examencommissie en nodigt de dagvoorzitter ook andere aanwezigen uit om deel te nemen aan het gesprek.
- Na afloop van uw presentatie/verdediging volgt een kort overleg door de commissie en krijgt u te horen of u geslaagd of gezakt bent. Op dat moment wordt u echter nog géén cijfer toegekend! Dat

gebeurt aan het eind van de dag, wanneer de commissie alle kandidaten (van die dag) heeft besproken. Na deze eindbespreking worden de definitieve cijfers toegekend en via mail aan u bekend gemaakt, met een korte toelichting. De uitslag is definitief en bindend.

- U moet zelf eventuele bijzondere hulpmiddelen of attributen meenemen. De HAN zorgt voor een overheadprojector, scherm, laptop (met internetaansluiting) en beamer.
- De HAN stelt het op prijs als uw leidinggevende(n) of collega('s) aanwezig zijn bij uw presentatie en verdediging. Dit dient u tijdig aan de studieleader door te geven.

Welke onderdelen wil de eindexamencommissie in uw presentatie horen?

In de linkerkolom van onderstaande tabel staan de onderdelen benoemd waarop de eindexamencommissie zal letten tijdens uw presentatie en verdediging. De opleiding raadt u aan minimaal de genoemde onderdelen in uw presentatie op te nemen. Het staat u uiteraard vrij om onderdelen toe te voegen.

	Aandachtspunten commissie:	Behaald punt:
Onderdeel 1: 'Organisatiebeschrijving': <u>max. 5 punten</u>		
U benoemt/beschrijft missie, visie, doelstellingen en corebusiness van uw organisatie (of die van uw klant).	Kort en helder?	Punt:
U benoemt/beschrijft het algemene communicatiebeleid en de communicatie-doelstellingen van uw organisatie (of die van uw klant).	Kort en helder?	Punt:
U geeft aan welke 'mix' van analoge (offline) en digitale (online) communicatie er bestaat in uw organisatie (of die van uw klant).	Helder beeld geschetst?	Punt:
U geeft aan wat u vindt van deze 'mix' (uw eigen visie).	Duidelijke eigen visie?	Punt:
Onderdeel 2: 'Eindscan': <u>max. 5 punten</u>		
U geeft aan waarom u gekozen heeft voor de uitwerking van juist deze eindscan (en dus niet de twee andere).	Heldere motivatie?	Punt:

Onderdeel 3: 'Verandering': <u>max. 40 punten</u>		
U geeft aan hoe de toenmalige situatie (van weken of maanden geleden) was op online gebied in het gekozen domein.	Heldere analyse?	Punt:
U geeft aan wat de nieuwe, gewenste situatie gaat worden op online gebied in het gekozen domein. Benoem met name de nieuwe kansen en mogelijkheden!	Verandering, kansen en mogelijkheden helder aangegeven?	Punt:
U geeft aan wat de consequenties voor de organisatie zijn als deze verandering(en) wordt doorgevoerd.	Alles goed doordacht?	Punt:
U geeft aan welke mogelijke risico's en hobbels u ziet in het veranderingstraject (en: hoe ermee om te gaan?)	Helder benoemd en doordacht?	Punt:
U geeft een beschrijving van uw eigen rol in het veranderingstraject.	Duidelijk welke rol?	Punt:
Onderdeel 4: 'Projectaanpak': <u>max. 30 punten</u>		
U beschrijft de concrete stappen die gezet gaan worden.	Duidelijk omschreven?	Punt:
U benoemt de betrokkenen bij de verandering en de rol die zij spelen.	Duidelijk aangegeven?	Punt:
U benoemt de (mogelijke) start- en einddatum van de verandering, alsmede de (verwachte) kosten en mogelijke opbrengsten van de verandering.	Fasering en financiën benoemd en onderbouwd?	Punt:
M.b.t. uw presentatie: <u>max. 10 punten</u>		
U let op 'verstaanbaarheid': articulatie, intonatie, volume, tempo en dynamiek.		
U let op 'formuleringen': u formuleert vrij, u let op uw zinsbouw en woordkeus, u vermijdt stopwoor-		

den en u spreekt vloeiend.		
U let op 'opbouw en inhoud': op overzichtelijkheid, inleiding, kern en slot.		
U let op 'non-verbale aspecten': gebaren, houding, contact met het publiek.		
M.b.t. uw verdediging: <u>max. 10 punten</u>		
U beantwoordt de vragen van de examencommissie kort, helder en adequaat.		
U beargumenteert uw antwoorden.		
Totaal aantal behaalde punten:		
Eindcijfer:		