

Beschrijving van het onderwijs

Communicatie

2025-2026

(H9 uit de Onderwijs- en examenregeling voor Bacheloropleidingen)

Inhoud

9	Beschrijving van het onderwijs (de cursusbeschrijvingen)	3
	Samenstelling propedeutische fase (voltijd)	3
	Samenstelling post-propedeutische fase (voltijd)	4
9.1	<i>Cursussen van de propedeuse</i>	7
	A-cluster	7
	B-cluster	31
9.2	<i>Cursussen van de postpropedeuse</i>	59
	C-Cluster	59
	D-Cluster	73
	E-Cluster	91
	G-Cluster	94
	H-Cluster	98
9.3	<i>Minoren van de opleiding</i>	102
9.4	<i>Afstudeerrichtingen</i>	122
9.5.2	<i>Talentenprogramma</i>	122
9.5.3	<i>Premaster</i>	122
9.6	<i>Deeltijdse en/of duale inrichtingsvorm</i>	122
9.6.1	<i>Deeltijdse inrichtingsvorm</i>	122
9.6.2		122
9.7	<i>Trajecten met bijzondere eigenschap</i>	122
9.7.1	<i>Versneld traject</i>	122
9.7.2	<i>Verkort traject</i>	122
9.7.3	<i>Verkort traject van associate degree naar bachelorgraad</i>	123
9.7.4	<i>Traject voor topsporters</i>	123
9.7.5	<i>D-stroom</i>	123
9.7.6	<i>Gecombineerd traject</i>	123
9.7.7	<i>Overig traject met bijzondere eigenschap</i>	123

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 onderwijseenheden bij deze fase van de opleiding horen.

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

Voltijd	A-cluster	B-cluster
Propedeuse Niveau 1	Merkenbouwer Kennis 2,5 studiepunten	Contentmaker Kennis 2,5 studiepunten
60 stp	Merkenbouwer Integraal 5 studiepunten	Contentmaker Integraal 5 studiepunten
	Webweter Kennis 2,5 studiepunten	Woordvoerder Kennis 2,5 studiepunten
	Webweter Integraal 5 studiepunten	Woordvoerder Integraal 5 studiepunten
	Mediakenner Kennis 2,5 studiepunten	Campagnemaker Kennis 2,5 studiepunten
	Mediakenner Integraal 5 studiepunten	Campagnemaker Project 7,5 studiepunten
	Organisatieontdekker Kennis 2,5 studiepunten	Campagnemaker Onderzoekende houding 2,5 studiepunten
	Organisatieontdekker Integraal 5 studiepunten	De Professional 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	Merkenbouwer Kennis 2,5 studiepunten	Contentmaker Kennis 2,5 studiepunten
60 stp	Merkenbouwer Integraal 5 studiepunten	Contentmaker Integraal 5 studiepunten
	Webweter Kennis 2,5 studiepunten	Woordvoerder Kennis 2,5 studiepunten
	Webweter Integraal 5 studiepunten	Woordvoerder Integraal 5 studiepunten
	Doelgroepkenner Kennis 2,5 studiepunten	Onderzoeker 1 5 studiepunten
	Doelgroepkenner Integraal 5 studiepunten	Onderzoeker 2 7,5 studiepunten
	Organisatieontdekker Kennis 2,5 studiepunten	De Professional 2,5 studiepunten
	Organisatieontdekker Integraal 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	Overheidsproject 16 studiepunten	Adviesbureau 10,5 studiepunten	
		CO Bureau 7,5 studiepunten	
	Startweek en de Professional* 3 studiepunten		
	Praktijkgerichte Online Communicatie 12,5 studiepunten	Communicatieve Organisatie 10,5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
60 stp	Stage Nederland / buitenland 30 studiepunten	Minor / studie buitenland 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	De Community 30 studiepunten	Afstudeerproject 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	Overheidsproject 16 studiepunten	Adviesbureau 10,5 studiepunten	
		CO Bureau 7,5 studiepunten	
	Startweek en de Professional* 3 studiepunten		
	Praktijkgerichte Online Communicatie 12,5 studiepunten	Communicatieve Organisatie 10,5 studiepunten	

Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
60 stp	Stage Nederland / buitenland 30 studiepunten	Minor / studie buitenland 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	Onderzoekend Vermogen 5 studiepunten	Afstudeerproject 30 studiepunten	
	De Community 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	Overheidsproject 16 studiepunten	Adviesbureau 10,5 studiepunten	
		CO Bureau 7,5 studiepunten	
	Bootcamp* 3 studiepunten		
	Stage Online 12,5 studiepunten	Communicatieve Organisatie 10,5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
60 stp	Stage Nederland / buitenland 30 studiepunten	Minor / studie buitenland 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	Onderzoekend Vermogen 5 studiepunten	Afstudeerproject 30 studiepunten	
	De Community 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

Volttijd			stp
Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
60 stp	<u>Non Profit</u> 8 studiepunten	Adviesbureau 10,5 studiepunten	
	<u>Non Profit</u> 8 studiepunten	CO Bureau 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	Stage Nederland / buitenland 30 studiepunten	Minor / studie buitenland 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
60 stp	Onderzoekend Vermogen 7,5 studiepunten	Afstudeerproject 30 studiepunten	
	<u>Keuzecursus</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.

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
Studielaast in uren	70
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Brightspace
Ingangseisen cursus	Geen
Algemene omschrijving	In deze cursus doet de student kennis en inzicht op van: - de waarde en functies van merken zoals geformuleerd door Floor, van Raaij & Bouwman (2020). - de basisstappen van een merkpositioneringsstrategie zoals geformuleerd in het MDC-model door Riezebos & van Grinten (2018). - de basisstappen van een marketingcommunicatieplan zoals geformuleerd door Floor, van Raaij & Bouwman (9e druk). Deze cursus hangt samen met de cursus Merkenbouwer integraal.
Leeruitkomsten	3. Kennen • Corporate communicatie • Marketingcommunicatie
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Merkenbouwer
Naam Engelstalig	The Brand Designer Theory
Code OSIRIS	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	3. Kennen • Corporate communicatie • Marketingcommunicatie
Beoordelingscriteria	Student toont in een kennistentamen kennis van en inzicht in: • Marketingcommunicatiestrategie Floor, Van Raaij & Bouwman (9e druk).
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN
Tentamentype	BYOD (ANS)
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmoment	P1N
Herkansing	P2N
Duur tentamen	60 minuten
Individueel/groep	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.

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 Brightspace
Ingangseisen cursus	n.v.t.
Algemene omschrijving	Je analyseert een merk en doelgroep om te komen tot een onderscheidende merkpositionering. Deze merkpositionering vertaalt je bij het onderdeel 'schrijfvaardigheid' in een reclameverhaal. Bij 'design' vertaalt je de bevindingen uit het merkplan in een bijpassende poster, billboard of abri. 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. Deze kennis uit de cursus Merkenbouwer Kennis pas je in deze cursus toe.
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: - Koers bepalen Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept. - Realiseren Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie. 3. Kennen - Corporate Communicatie - Marcom & Accountability - Onderzoekend vermogen (Beeld)taal 4. Kunnen - Onderzoek (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.

Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering			
Naam Nederlandstalig	Merkplan	Schrijfvaardigheid Merkenbouwer	Visualiseren Poster
Naam Engelstalig	Branding Plan	The Brand Designer writing skills	Design Poster
Code (deel)tentamen OSIRIS	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
Omvat de leeruitkomsten	Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept. 3. Kennen • Corporate Communicatie • Marcom & Accountability • Onderzoekend vermogen • (Beeld)taal 4. Kunnen • Onderzoek	Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie. 3. Kennen • Corporate Communicatie • Onderzoekend vermogen • (Beeld)taal 4. Kunnen (Beeld)taal	Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie. 4. Kunnen (Beeld)taal
Beoordelingscriteria	Merkplan: • Een volledige analyse van merk en doelgroep • Een bijpassende merkpositionering • Samenhang tussen analyse en merkpositionering Schrijfvaardigheid Merkenbouwer • Met behulp van kennis over storytelling, doelgroepgerichtheid en beeldend schrijven kan de student voor een merk met een gegeven positionering een herkenbaar, geloofwaardig en foutloos reclameverhaal creëren. Visualiseren Poster • De student vertaalt de bevindingen uit het merkplan door naar een poster, billboard of abri waarin de huisstijl en positionering duidelijk herkenbaar zijn.		
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD	KENN	PROD

Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)	BYOD (ANS)	Digitaal inleveren (Handin)
Weging deeltentamen	60%	15%	25%
Minimaal oordeel	5,5	5,5	5,5
Tentamenmomenten	P1N Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7	P1N	P1N Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7
Herkansing	Binnen het semester i.o.m. de docenten	P2N	Binnen het semester i.o.m. de docenten
Duur tentamen	n.v.t.	120 minuten	n.v.t.
Individueel/groep	Groep	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Wijzigingen: - Merkanalyse uitgebreid, doelgroepanalyse doelmatiger ingestoken, concurrentieanalyse geschrapt, merkpositionering uitgebreid en doelstellingen geschrapt. - AI-gebruik geïntegreerd in cursus (randvoorwaarde) - Beoordelingsformulier visualiseren poster aangepast		

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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	De cursus Webweter hangt samen met de webweter Integraal. Bij de Webweter leer je het frame van websites te bouwen en rekening te houden met een online marketing context. Je doet kennis en begrip op over de volgende thema's: • Marketing • Online marketing • Online marketingcommunicatie • AIDA • Cialdini • HTML • CMS • Zoekmachinemarketing • Conversie-optimalisatie • Digital analytics Alle onderwerpen komen aan bod, met Online Marketing als overkoepelende thema.
Leeruitkomsten	3. Kennen: – Marketing communicatie – Online communicatie
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Webweter
Naam Engelstalig	The internet explorer theory
Code OSIRIS	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	3. Kennen: – Marketing communicatie – Online communicatie
Beoordelingscriteria	Kennis en begrip op de volgende thema's: • Marketing • Online marketing • Online marketingcommunicatie • AIDA • Cialdini • HTML • CMS • Zoekmachinemarketing • Conversie-optimalisatie • Digital analytics
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN
Tentamentype	BYOD (ANS)
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmomenten	P1N
Herkansing	P2N
Duur tentamen	60 minuten
Individueel/groep	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.

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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	Tijdens deze cursus maak je een eigen website met WordPress als content managementsysteem. De webteksten zijn doelgroepgericht, passend bij het medium en SEO-proof. 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. Bij de Professional krijg je inzicht in je eigen professionele houding, waarden en communicatiestijl. Ook leer je hoe je je op basis daarvan profileert richting de buitenwereld en hoe je moet netwerken. 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.
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: • Koers bepalen ◦ Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep • Realiseren ◦ Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte van de site. 3. Kennen: • Marketingcommunicatie • (Beeld) taal 4. Kunnen: • (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.

Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering		
Naam Nederlandstalig	Webweter Integraal	Schrijfvaardigheid Webweter
Naam Engelstalig	The Internet Explorer Integrated exam	The Internet Explorer Writing Skills
Code OSIRIS	TOETS-01	TOETS-02
Omvat de leeruitkomsten	1. Overkoepelend: Koers bepalen Genereren ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep. Realiseren Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte van de site. 3. Kennen: - Marketingcommunicatie - Media en concepting 4. Kunnen: - (Beeld)taal	3. Kennen: Nederlandse taal 4. Kunnen: (Beeld)taal
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCode Rood.	
	Een website die technisch in orde, gebruiksvriendelijk, zoekmachinevriendelijk, effectief en professioneel opgemaakt is.	- Produceer van een professionele tekst - Tekst die voldoet aan eigenschappen webtekst - Nederlands taalgebruik
Vorm(en) tentamen en deeltentamen	PROD	KENN
Tentamentype	Handin	BYOD (ANS)
Weging deeltentamen	75%	25%
Minimaal oordeel	5,5	5,5
Tentamenmomenten	P1N Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7	P1N
Herkansing	Binnen het semester i.o.m. de docenten	P2N
Duur tentamen	n.v.t.	120 minuten
Individueel/groep	Individueel	Individueel

Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	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 Brightspace
Ingangseisen cursus	n.v.t
Algemene omschrijving	Je wordt tijdens deze cursus een 'mediakenner'. We behandelen zaken als: 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? Ook leer je meer over communicatieonderzoek. Deze cursus (Mediakenner Kennis) hangt samen met de cursus Mediakenner Integraal. De cursus bouwt bovendien voort op de cursus Merkenbouwer.
Leeruitkomsten	3. Kennen: – Marcom & Accountability – Onderzoekend vermogen
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t
Maximum /minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Kennistoets Mediakenner
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	Media Expert Theory exam
Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	3. Kennen: – Marcom & Accountability – Onderzoekend vermogen

Beoordelingscriteria	• Evalueren van communicatieonderzoek. • Marketingcommunicatie-instrumenten. • Het medialandschap. • Functionaliteiten en inzet van verschillende categorieën media (kosten en communicatief vermogen, planning, bereik)
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN
Tentamentype	BYOD (ANS)
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmomenten	P2N
Herkansing	P3N
Duur tentamen	60 minuten
Individueel/groep	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	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 Brightspace
Ingangseisen cursus	n.v.t.
Algemene omschrijving	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 past mediakennis toe: 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 en media-advies presenteer je middels een posterpresentatie. Overige lessen: 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. Bij Engels leer je meer over business writing: hoe kan je (als mediabureau) de onderzoekaankpak en daaruit voortkomende persona rapporteren aan de opdrachtgever. 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.

Leeruitkomsten	1. Overkoepelend Koers bepalen, – Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product. Draagvlak creëren, – Overtuigend optreden en voor de Bühne brengen van standpunten en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie. Realiseren, – Verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie. – Inzichtelijk maken van customer journey om in te spelen op touchpoints. 2. Houding (profskills): – Samenwerken – Reflecteren 3. Kennen: – (Beeld)taal – Marcom & Accountability 4. Kunnen: – Onderzoek – (Beeld)taal	
	Deelnameplicht onderwijs	
	Maximum aantal deelnemers	
	Compensatiemogelijkheid	
	Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'	
	Verplichte software / verplicht materiaal	
Tentaminering		
Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Poster-presentatie	Professional Podcast
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	Poster presentation	Professional: Podcast
Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-01	TOETS-02

Omvat de leeruitkomsten	1. Overkoepelend Koers bepalen, – Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product. Draagvlak creëren, – Overtuigend optreden en voor de Bühne brengen van standpunten en in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie. Realiseren, – Verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie. – Inzichtelijk maken van customer journey om in te spelen op touchpoints. 2. Houding (profskills): – Samenwerken – Reflecteren 3. Kennen: – Marcom & Accountability 4. Kunnen: – Onderzoek – (Beeld)taal	2. Houding (profskills): – Samenwerken – Reflecteren
---------------------------------------	---	---

Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: TaalCode Rood APA alarm AI gebruik volgens randvoorwaarden in SHL Poster en verantwoordingsdocument ingeleverd Minimaal 1 interview afgenomen Uiting die bij SVH is gemaakt is toegevoegd. Posterpresentatie 1. Segmentatiecriteria juist en volledig toegepast (algemeen, domein specifiek en merk specifiek) en worden onderbouwd met bronnen. Logische keuze gemaakt voor een aanvullend segmentatiemodel en goed toegepast. Het deskresearch is een relevante uiteenzetting, is passend bij de opdrachtgever, en tevens een goede weerspiegeling van de doelgroep. 2. Segmentatiecriteria juist en volledig toegepast (algemeen, domein specifiek en merk specifiek) en onderbouwd met informatie uit het afgenomen interview. Het fieldresearch is een relevante uiteenzetting, is passend bij de opdrachtgever, en tevens een goede weerspiegeling van de doelgroep. 3. De beschrijving van de persona is - bruikbaar - verzorgd - herleidbaar (d.w.z.. 1-op-1 te herleiden uit de doelgroepanalyse) 4. Resultaten en conclusies vertaald naar een cross-mediaal advies met middelen die passen bij de organisatie en de persona. Mediagebruik uit de persona komt zichtbaar terug in advies. 5. Het cross-mediale advies houdt rekening met - en toont inzicht in - doelen, kpi's per middel, en geeft daarnaast kernachtig weer welke boodschap via welk middel verkondigd wordt. 6. Het cross-mediale advies houdt rekening met - en toont	Ontvankelijkheidscriteria: De podcast voldoet aan de kenmerken van een professionele podcast --> Podcast bevat intro, outro en is verstaanbaar Je participeert actief en professioneel (tempo, intonatie, spreekvaardigheid, articulatie en volume) in de podcast Podcast is max 12 minuten lang Podcast is opgenomen en ingeleverd als video-opname. Professional: Podcast Groep: 1. Inzichtelijk wat ieders rol(len) is geweest in de samenwerking en daar verklaringen voor gegeven (GRP). 2. Aangegeven hoe is omgegaan met verschillen in de groep (waaronder verschillen in DISC-voorkeursstijl), veranderende omstandigheden en/of tegenslagen (GRP). Individueel: 3. Reflectie op het geven en ontvangen van feedback aan de hand van concrete voorbeelden (IND). 4. Leerdoelen geformuleerd vanuit de samenwerking en feedback voor komend jaar op het vlak van samenwerking en flexibel zijn. Concrete acties benoemd om aan de leerdoelen te werken (IND).
------------------------------------	---	---

	inzicht in ROI, budget, planning en eventuele juridische randvoorwaarden. 7. Hoofd- en bijzaken zijn van elkaar onderscheiden; bevat een rode draad /samenhang. 8. Advies op een overtuigende manier gebracht 9. De gekozen vorm is passend bij het advies. De presentatie is een aanvulling op de poster.	
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PRES	PROD
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin) en Han Nijmegen	Digitaal inleveren (Handin)
Weging deeltentamen	60%	15%
Minimaal oordeel	5.5	5.5
Tentamenmomenten	P2N Optie 1: OW 2.3 Optie 2: OW 2.7 (afhankelijk van welke optie je klas volgt)	P2N Optie 1: OW 2.3 Optie 2: OW 2.7 (afhankelijk van welke optie je klas volgt)
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t.
Individueel/groep	Groep	Groep en individueel

Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Engels Mediakenner	Schrijfvaardigheid Mediakenner
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	The Media Expert English	The Media Expert Writing Skills
Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-03	TOETS-04
Omvat de leeruitkomsten	4. Kunnen: (Beeld)taal	4. Kunnen: (Beeld)taal
Beoordelingscriteria	Beheersing van business writing	Communicatiemiddel past bij de doelgroep, zet aan tot actie (op basis van het AIDA model) en vertoont samenhang in tekst en beeld. Beoordelen van het communicatiemiddel en eventueel verbeteren tot een juiste variant.
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN	KENN
Tentamentype	BYOD (ANS)	BYOD (ANS)
Weging deeltentamen	10%	15%
Minimaal oordeel	5.5	5.5
Tentamenmomenten	P2N	P2N
Herkansing	P3N	P3N
Duur tentamen	120 minuten	120 minuten
Individueel/groep	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	Zie studiehandleiding op Brightspace	

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Posterpresentatie: weging van beoordelingscriteria aangepast. Nu meer zwaarte op presentatie t.o.v. onderzoek. Podcast: podcast moet nu een video-opname zijn.
--	--

Organisatieontdekker Kennis ORGAKE01

Algemene informatie 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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	Je verkrijgt theoretische kennis over organisaties, zoals 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. In deze cursus vergaar je kennis die je toepast bij Organisatieontdekker Integraal. De inhoud van de kennislessen geeft inzicht in de organisatie waar de meeloopstage plaats heeft gevonden en hiermee inzicht in het functioneren van organisaties in het algemeen.
Leeruitkomsten	3. Kennen: • Interne communicatie
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Organisatieontdekker
Naam Engelstalig	Exploring Organisations Theory
Code OSIRIS	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	3. Kennen: • Interne communicatie
Beoordelingscriteria	Kennis en begrip van organisaties en interne communicatie
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN
Tentamentype	BYOD (ANS)
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmomenten	P2N
Herkansing	P3N
Duur tentamen	90 minuten
Individueel/groep	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.

Organisatieontdekker Integraal ORGAIN08

Algemene informatie cursus	
Naam cursus lang Engelstalig	Organisatieontdekker Integraal
Naam cursus lang Engelstalig	Exploring organisations integrated
Naam cursus kort Nederlandstalig	Organisatieontdekker Integraal
Naam cursus kort Engelstalig	Exploring organisations integrated
Code cursus	ORGAIN08
Onderwijsperiode	P2N
Studiepunten	5 EC
Studielast in uren	140
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Brightspace
Ingangseisen	Je hebt een meeloopstage gedaan gedurende een periode van vijf dagen.
Algemene omschrijving	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. 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 presenteer je aan je subgroep hoe jij jezelf hebt ontwikkeld in het communicatievak door de verkenningsweek en de rest van de cursus. Ook werk je aan je Engelse spreekvaardigheid en leer je presenteren. In deze cursus pas je kennis toe die je vergaart bij Organisatieontdekker Kennis
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: Realiseren, Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties. 2.Houding (Profskills) onderzoekende houding hebben reflecteren 3. Kennen (pijlers): (Beeld)taal Interne communicatie Onderzoekend vermogen

	4. Kunnen: Onderzoek (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving “leerstof”	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering			
Naam Nederlandstalig	Analyse van de organisatie	Vlog	Presentatie
Naam Engelstalig	Vlog Analysis	Vlog	Presentation
Code OSIRIS	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
Omvat de leeruitkomsten	1. Overkoepelend: Realiseren, zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties. 3. Kennen (pijlers): (Beeld)taal Interne communicatie Onderzoekend vermogen 4. Kunnen: Onderzoek (Beeld)taal	1.Overkoepelend Realiseren, Zelf organiseren van concept en/of content. 4. Kunnen: (Beeld)taal	1.Overkoepelend Realiseren, Zelf organiseren van concept en/of content. 2.Houding (Profskills) onderzoekende houding hebben reflecteren 4. Kunnen: (Beeld)taal
Beeoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoende aan de richtlijnen van A. TaalCode Rood B. APA Alarm <i>Analyse van de organisatie, (35%)</i> - Student gebruikt herleidbare en diverse informatie, passende bij de theorie. - Student kan de gevonden informatie toepassen met de theorie en van daaruit een conclusie trekken op dat onderdeel - In een superconclusie laat student inzicht in theorie zien.		

	<i>Vlog (20%)</i> Voldoet aan de vormeisen: 1-2 minuten Bepaalde edit technieken zijn toegepast Minstens 3 shots Gebruik van leader en outro Gebruik captions/supers Gebruik (achtergrond) muziek Voldoet aan inhoudelijke eisen: Student maakt een video waarvan beeldkeuze, tempo, tekst, muziek, etc. een beeld geeft van de organisatie . Student maakt een video waarin de eigen mening over organisatie zichtbaar is en wordt onderbouwd. <i>Presentatie (45%)</i> Vormeisen: • Max 10 minuten presentatie • Vlog is in PowerPoint opgenomen • 1 minuut/slide over de organisatie Inhoudelijk: • De student verzorgt een presentatie die inzicht geeft in persoonlijke ontwikkeling door de verkenningssweek. • De student kan zelfstandig, reflectieve antwoorden geven op vragen nav de presentatie. • De student kan vragen beantwoorden over de organisatie, gebruik makend van observaties, goed toegepast op de organisatie met gebruik van de theorie. • De student past de presentatiecirkel toe • De student laat beheersing van presentatietechniek zien. • De student maakt passend gebruik van intonatie tempo en volume		
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD	PROD	PRES
Tentamentype	Handin	Handin	Handin
Weging deeltentamen	35%	20%	45%
Minimaal oordeel	5,5	5,5	5,5
Tentamenmomenten	P2N Inleveren in 3e lesweek (lesweek 2.4/2.7)	P2N Inleveren in 3e lesweek (lesweek 2.4/2.7)	P2N Voor alle studenten (optie 1 en optie 2) is het toetsmoment in OW 2.8
Herkansing	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
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	20 minuten per student
Individueel/groep	Individueel	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Presentatie heeft een criterium erbij gekregen en de weging van Analyse en Presentatie is aangepast. Inhoudelijk zijn alle criteria gelijk gebleven. Deze verschuiving is om theorie ook in presentatie te toetsen, en de gehele cursus zo meer AI-Proof te maken.
--	--

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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	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. 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.
Leeruitkomsten	3. Kennen: • Marcom & Accountability • Online Communicatie
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Contentmaker
Naam Engelstalig	The content creator theory
Code OSIRIS	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	Kennen: • Marcom & Accountability

	• Online Communicatie
Beoordelingscriteria	Je toont kennis en inzicht in • Nieuwe media, crossmediale communicatie, online medialandschap, social business, contentstrategie, trends, en interactiviteit. • De student kan verschillende soorten professionele content herkennen. • De student kan beargumenteerd content koppelen verschillende doelgroepen. • De student kan beargumenteerd content koppelen aan verschillende mediabronnen.
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN
Tentamentype	BYOD ANS
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmomenten	P3N
Herkansing	P2N en P5N
Duur tentamen	60 minuten
Individueel/groep	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	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. 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. Je verdiept je in actualiteiten en trends rondom communicatie en dan met name contentmarketing en leert om content doelgroepgericht over te brengen. 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.
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend Koersbepalen - 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. • Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties. 2. Houding: • Onderzoekend vermogen • Innoveren • Verbinden/netwerken 3. Kennen: • Marcom & Accountability • Online Communicatie 4. Kunnen: • Projectmanagement • (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	Geen deelnameplicht. De student wordt wel aangeraden i.v.m. de complexiteit en samenhang van de lessen binnen de cursus aanwezig te zijn.
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software/ verplicht materiaal	n.v.t.

Tentaminering			
Naam Nederlandstalig	Contentmaker Integraal	Schrijfvaardigheid Contentmaker	Visualiseren
Naam Engelstalig	The Content Creator Integrated Exam	The Content Creator Writing Skills	Visualize
Code OSIRIS	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
Omvat de leeruitkomsten	Allen zoals vermeld	(Beeld)taal	(Beeld)taal
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCode Rood en het APA-alarm. Contentstrategie, content, kalender en verantwoording (50%) • Je ontwikkelt een onderbouwde contentstrategie. • Je creëert 5 contentuitingen passend bij de strategie en onderbouwt je keuzes.		

	- Je plant de content in in een contentkalender. Schrijfvaardigheden (Nederlands 10%) - Doelgroepgericht, effectief en aantrekkelijk schrijven Visualiseren (10%) - Je maakt een video die past in de customer journey en invulling geeft aan merk, doel en doelgroep Engelse content (10%) - Begrijpelijk Engels schrijven - ERK B2-niveau - Passend bij doelgroep en mediakanaal Professionele competenties (20%) - Leerdoelen formuleren en passende activerende werkvorm - Logische opbouw en verantwoording bronnen - Peerfeedback.		
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD	PROD	PROD
Tentamentype	Handin	Handin	Handin
Weging deeltentamen	50%	10%	10%
Minimaal oordeel	5,5	5,5	5,5
Tentamenmomenten	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
Herkansing	In overleg met docenten	In overleg met docenten	In overleg met docenten
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Individueel/groep	Individueel		
Toegepaste hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.

Tentaminering		
Naam Nederlandstalig	Engels Contentmaker	Professional
Naam Engelstalig	The Content Creator English	Professional
Code Osiris	TOETS-04	TOETS-05
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN	PAR
Tentamentype	BYOD ANS	HANDIN
Weging deeltentamen	10%	20%
Minimaal oordeel	5,5	5,5
Tentamenmomenten	P3N	P3N Optie 1: OW 3.3 / 3.4 Optie 2: OW 3.6 / 3.7
Herkansing	P4N	In overleg met docenten

Duur tentamen	120 minuten	n.v.t.
Individueel/groep	Individueel	Groep
Toegestane hulpmiddelen	woordenboek	N.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.	

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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	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. Deze cursus hangt samen met de cursus Woordvoerder Integraal (WOORIN04). In deze cursus krijg je de kennis aangereikt die in WOORIN04 wordt toegepast.
Leeruitkomsten	3. Kennen Corporate communicatie
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Nee
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Kennistoets Woordvoerder
Naam Engelstalig	The representative theory
Code OSIRIS	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	Corporate communicatie
Beoordelingscriteria	Kennis en begrip van PR, woordvoering, journalistiek, beïnvloedingstechnieken, offline medialandschap.
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN

Tentamentype	BYOD ANS
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmomenten	P3N
Herkansing	P2N en P4N
Duur tentamen	60 minuten
Individueel/groep	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.

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	WOORIN04
Onderwijsperiode	P3N
Studiepunten	5 EC
Studielast in uren	140
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	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. Deze cursus hangt samen met de cursus Woordvoerder Kennis (WOORKE01). In WOORKE01 krijg je de kennis aangereikt die in WOORIN04 wordt toegepast.
Leeruitkomsten	Overkoepelend: Koers bepalen: • Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. • Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate). 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. 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. Realiseren: • Het gaat om het verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie. • 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. • Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties. 3. Kennen: • (Beeld)taal • Corporate Communicatie 4. Kunnen: • Onderzoek • Projectmanagement • (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.

Tentaminering		
Naam Nederlandstalig	Mediaoptreden	Schrijfvaardigheid Woordvoerder
Naam Engelstalig	Media Performance	The Representative Writing Skills
Code OSIRIS	TOETS-01	TOETS-02
Omvat de leeruitkomsten	Overkoepelend: 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	• Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie. 3. Kennen: • (Beeld)taal • Corporate Communicatie 4. Kunnen:

	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. Realiseren: • Het gaat om het verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie. • (Beeld)taal	• (Beeld)taal
Beoordelingscriteria	• Je verwoordt het nieuws helder. • Je laat de kernboodschap van de organisatie op meerdere momenten in het interview terugkomen. • Je reageert adequaat op vragen • Je hebt oog voor de belangen van zowel de organisatie, relevante stakeholders, als de journalist (Multi perspectivisch kijken) • Je toont kennis en inzicht in de onderdelen van het PR-plan • Je kan op een professionele manier verbaal (taalgebruik en stemgebruik) communiceren. • Je kan op een professionele manier non-verbaal communiceren.	• Kernboodschap van de organisatie is herkenbaar • Nieuws bovenaan (5W + H) • Tekst in logische volgorde • Tekst is in passende stijl geschreven
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PERF	KENN
Tentamentype	HAN Nijmegen	BYOD ANS

Weging deeltentamen	50%	10%
Minimaal oordeel	5,5 (op alle onderdelen)	5,5
Tentamenmomenten	P3N Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7	P3N
Herkansing	In overleg met docenten	P4N
Duur tentamen	1 lesuur	120 minuten
Individueel/groep	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.

Tentaminering		
Naam Nederlandstalig	Engels Woordvoerder	PR-plan
Naam Engelstalig	The Representative English	PR plan
Code OSIRIS	Toets-03	Toets-04
Omvat de leeruitkomsten	• Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie. 3. Kennen: • (Beeld)taal • Corporate Communicatie 4. Kunnen: • (Beeld)taal	Overkoepelend: Koers bepalen: • Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. • Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate). 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: • Het gaat om het verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen

		en media/technologie op basis van strategie. • 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. 3. Kennen: • Corporate Communicatie 4. Kunnen: • Onderzoek • Projectmanagement • (Beeld)taal
Beoordelingscriteria	• Vragen en woordkeuze passend bij het onderwerp/doelgroep • Kan antwoord geven op vragen en reageren in begrijpelijk Engels (ERK B2) • Kan actief luisteren dmv samenvatten en doorvragen	• De verschillende onderdelen van het PR-canvas zijn passend en volledig uitgewerkt in het PR-plan (analyse, strategie en uitwerking) • Q&A's zijn passend, relevant en correct weergegeven
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PERF	PROD
Tentamentype	HAN Nijmegen	Handin
Weging deeltentamen	15%	25%
Minimaal oordeel	5,5	5,5
Tentamenmoment	P3N Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7	P3N Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docenten
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.
Individueel/groep	Individueel	Groep
Toegepaste hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Weging tentamen Mediaoptreden en weging tentamen PR Plan	

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
Ingangseisen cursus	n.v.t.
Algemene omschrijving	In 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.
Leeruitkomsten	3. Kennen (pijlers): – Onderzoekend vermogen
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum /minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace
Tentaminering	
Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Kennistoets Campagnemaker
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	Campaign Creator Theory Exam
Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	Kennen (pijlers): – Onderzoekend vermogen

Beoordelingscriteria	Voor de kennistoets Campagnemaker geldt: De student heeft kennis van en begrijpt de basisbegrippen van onderzoek; - Wat is marktonderzoek - Onderzoeksproces (stappen in marktonderzoeksproces, onderzoeksvoorstel, probleemdefinitie, onderzoeksdoel, onderzoeksvragen en operationaliseren, onderzoeksontwerp) - Soorten dataverzamelingsmethoden en kenmerken daarvan (onderscheid primair vs secundair en kwantitatief vs kwalitatief) - Dataverzamelingsmethoden (deskresearch, survey, interview, focusgroep, observatie, experiment) - Steekproefopzet (populatie, steekproef, steekproefkader, methode van steekproeftrekking en kenmerken daarvan) - Kwaliteitsprincipes (inclusief non respons-fouten, niet-steekproefgebondenfouten en beheersing daarvan: representativiteit, betrouwbaarheid, validiteit) - Meten bij marktonderzoek (meetinstrument, vraag-antwoordformats, antwoordschalen, meetniveaus)
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN
Tentamentype	BYOD
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5.5
Tentamenmomenten	P4N Herkansing P5N en P1N (volgend semester)
Herkansing	P5N en P1N (volgend semester)
Duur tentamen	60 minuten
Individueel/groep	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Geen wijzigingen

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 Brightspace
Ingangseisen cursus	n.v.t.
Algemene omschrijving	Campagneproject Onderzoeksrapportage 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. 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. Peerfeedback 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. Campagne presentatie Je realiseert in groepsverband, gebaseerd op de eerder gemaakte onderzoeksrapportage en kennis uit de kennisleerlijn Campagnemaker Kennis en eerdere cursussen 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 verantwoorden volgens AIDA model. Deze campagne wordt op passende manier gepresenteerd aan opdrachtgever.

Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: – Koers bepalen: ○ Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. ○ Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept. – Draagvlak creëren: ○ 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. – Realiseren: ○ 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. ○ De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. ○ Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie. ○ Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties. 2. Houding (profskills): <i>Summatief</i> – Samenwerken 3. Kennen (pijlers): – (Beeld)taal – Marcom & Accountability – Onderzoekend vermogen 4. Kunnen: – Onderzoek – Projectmanagement – (Beeld)taal		
Deelnameplicht onderwijs	Aanwezigheid tijdens de lessen wordt verwacht, aangezien de student gedurende de lessen wordt beoordeeld op samenwerking. Afmelding alleen met geldige reden.		
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.		
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.		
Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'	Zie studiehandleiding op Brightspace		
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace		
Tentaminering			
Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Onderzoeks-rapportage	Peerfeedback	Campagne-presentatie
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	Research Report	Peer Feedback	Campaign Presentation

Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
Omvat de leeruitkomsten	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. (Beeld)taal (kennen & kunnen) Onderzoekend vermogen Onderzoek	Samenwerken Projectmanagement	Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept. 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. 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. De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. Creëren relevante content (d.m.v. bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie. Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties. (Beeld)taal Marcom & Accountability

Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm.		
	Onderzoeksrapportage Randvoorwaarden: - PID ingeleverd - Operationaliseringsschema - Vragenlijst gemaakt - Excel analyses aangeleverd - Excel opdrachten zijn voldoende afgerond - Communicatief en in stijl van opdrachtgever Beoordelingscriteria 1. Kwaliteit van het communicatievraagstuk. 2. Theoretisch kader toegepast op het meetinstrument 3. Methoden van onderzoek 4. Rapportage deskresearch 5. Rapportage fieldresearch 6. Conclusies Peerfeedback Randvoorwaarden: - Deelname aan tutorbijeenkomsten Beoordelingscriteria: 1. Werkhouding 2. Samenwerken 3. Feedback geven en ontvangen Campagnepresentatie Randvoorwaarden: - 15 minuten - Gepresenteerd door 2 studenten - Alle studenten aanwezig bij presentatie Beoordelingscriteria: 1. Vertaling inzichten naar aanbevelingen voor opdrachtgever 2. Onderbouwd verbindend creatief concept 3. Tactisch plan middelen mix 4. Uitwerking middelen 5. Presentatietechniek 6. Verdedigen campagne 7. Oordeel opdrachtgever als eventuele bonus		
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD	PART	PRES
Tentamentype	Handin	HAN Nijmegen en Handin	Op locatie bij opdrachtgever en Handin
Weging deeltentamen	35%	30%	35%
Minimaal oordeel	5.5	5.5	5.5
Tentamenmomenten	P4N Herkansing binnen de periode i.o.m. docent	P4N Herkansing binnen de periode i.o.m. docent	P4N Herkansing binnen de periode i.o.m. docent
Herkansing	I.o.m. docent	I.o.m. docent	I.o.m. docent

Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Individueel/groep	Groep	Individueel	Groep
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Het criterium "realisatie onderzoeksrapport" dat gaat over vorm en opmaak was een inhoudelijk criterium en is nu randvoorwaardelijk.		

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 Brightspace	
Ingangseisen cursus	N.v.t.	
Algemene omschrijving	Onderzoekende houding 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	2. Houding (profskills): – Onderzoekende houding hebben – Reflecteren 3. Kennen (pijlers): – (Beeld)taal	
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 Brightspace	
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace	
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
Omvat de leeruitkomsten	Kennen: (Beeld)taal	Houding (profskills): Onderzoekende houding hebben Reflecteren

Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm. Voor de Newspaper presentation geldt: 1) De student is in staat om de Engelse grammatica correct toe te passen in een beroepsproduct, het schrijven van een tekst in het Engels; 2) De student presenteert in het Engels. Het beroepsproduct is voorwaardelijk voor het houden van de presentatie Newspaper Presentation. Voor het portfoliogesprek Onderzoekende houding geldt: De student past een onderzoekende houding toe, en kan achteraf diens eigen onderzoekende houding evalueren. Het portfolio is voorwaardelijk voor het houden van het portfoliogesprek Onderzoekende Houding. Beoordelingscriteria portfoliogesprek onderzoekende houding: 1. De student weet wat een onderzoekende houding is en heeft dit uiteengezet 2. De student reflecteert op eigen onderzoekende houding 3. De student is kritisch op onderzoeksresultaten en gebruik AI 4. De student presenteert eigen nieuwsvoorziening en reflecteert daarop	
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PRES	GESP
Tentamentype	HAN Nijmegen Handin	HAN Nijmegen Handin
Weging deeltentamen	50%	50%
Minimaal oordeel	5.5	5.5
Tentamenmomenten	P4N Binnen de periode i.o.m. docent	P4N Binnen de periode i.o.m. docent
Herkansing	I.o.m. docent	I.o.m. docent
Duur tentamen	15 minuten	15 minuten
Individueel/groep	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Geen wijzigingen	

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
Ingangseisen	Je kan alleen deelnemen aan de Eindbalans als alle onderdelen van PROF uit cluster A+B gevolgd zijn.
Algemene omschrijving	De Professional in de propedeuse Vanaf de start van de propedeuse werk je aan jouw persoonlijke professionele ontwikkeling. In alle cursussen van de propedeuse wordt gewerkt aan beroepsproducten die passen bij je persoonlijke en professionele ontwikkeling. De toetsing van die ontwikkeling vindt plaats in de desbetreffende cursussen. 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. Startweek 1.1 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. Themaweek communicatie bij gedragsverandering 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 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. Afsluiting en Eindbalans Je sluit het jaar af met een PROF-cursus waarin je: - de eindbalans opmaakt van jouw persoonlijke en professionele ontwikkeling aan het einde van de propedeuse en vooruitkijkt naar jaar 2; - je voorbereidt op (toekomstige) sollicitaties naar stages en (bij)banen. Ad (a): 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 blikkt 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 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?). Ad (b): In een aantal lessen ontdek je wat belangrijk is bij solliciteren en maak je een sollicitatiebrief en CV. Taaltoetsen Binnen de cursus De Professional hebben ook de taaltoetsen Nederlands en Engels een plek. Om de 2,5 EC van de cursus 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 www.hogeschooltaal.nl. Hogeschooltaal biedt ook een zeer geschikte, betaalde leeromgeving aan. Project Brede Welvaart ABC Aan het eind van deze cursus werk je gedurende 3 dagen in multidisciplinaire groepen met studenten van de opleidingen Food&Business, Communicatie, Commerciële Economie (M&S en I) en Ondernemerschap en Retail Management aan een Brede Welvaart project. Doel is om in de samenwerking elkaars expertise en perspectief te leren kennen en deze te benutten bij het
--	--

	verkennen van het onderwerp. Hiermee krijg je breder begrip van het thema Brede Welvaart.
Leeruitkomsten	<u>De Eindbalans:</u> 1. Overkoepelend: Realiseren: De communicatieprofessional kan communicatieproducten ontwikkelen door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. (= voorwaardelijke eis bij het portfolio) 2. Houding (PROF skills): • Reflecteren • Plannen en prioriteren 3. Kennen (pijlers): • Professional 4. Kunnen: • (beeld)taal (= voorwaardelijke eis) <u>Taaltoetsen:</u> 3. Kennen (pijlers): • (beeld)taal 4. Kunnen: • Nederlandse taal • Engelse taal <u>Project Brede Welvaart ABC:</u> 2. Houding (PROF-skills): • Samenwerken <u>ThemawEEK communicatie bij gedragsverandering</u> 1. Overkoepelend: Realiseren: De communicatieprofessional kan communicatieproducten ontwikkelen door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. 2. Houding (PROF-skills): • Verbinden • Innoveren
Deelnameplicht onderwijs	Er geldt een aanwezigheidsplicht gedurende het Project Brede Welvaart en de themawEEK Communicatie bij gedragsverandering.
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering		
Naam Nederlandstalig	De Eindbalans	Taaltoets Nederlands
Naam Engelstalig	The Final Professional Account	Language Test Dutch
Code OSIRIS	TOETS-01	TOETS-02
Omvat de leeruitkomsten	Overkoepelend: Realiseren Houding (PROF skills): • Reflecteren • Plannen en prioriteren Kennen (pijlers): • Professional Kunnen: (beeld)taal	Kennen (pijlers): (beeld)taal Kunnen: Nederlandse taal
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat de student moet voldoen aan de richtlijnen van TaalCode rood en het APA-alarm. Eindbalans (TOETS-01) • Je hebt een compleet online PROF-portfolio ingeleverd (= voorwaardelijk). Het online portfolio is een communicatief product. 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 je persoonlijke en professionele ontwikkeling (=voorwaardelijk). • Je reflecteert op de skills samenwerken, onderzoekende houding en flexibel zijn. Je persoonlijke ontwikkeling op deze skills komt naar voren. De reflecties hebben diepgang en zijn gebaseerd op concrete en herkenbare situaties. • Je past in de reflecties de STARRT-methode juist toe. • In je pitch laat je zien dat je inzicht hebt in jezelf en wie jij bent als professional. Je bereikt hierin diepgang, doordat je inzichten uit jaar 1 gebruikt (bijv. DiSC, kwaliteiten, drijfveren, feedback). Je laat zien hoe je je wil ontwikkelen en wat je wil leren. • Je kunt uitgebreid onderbouwen welke beroepsrollen bij je passen. Je bereikt hierin diepgang doordat je de beroepsrollen kunt koppelen aan onder andere jouw kwaliteiten, communicatiestijl (DiSC) en drijfveren. Je laat inzicht zien in wat de beroepsrol vraagt van een professional. • Je maakt een vertaalslag vanuit je reflecties naar passende, concrete en reële leerdoelen voor de hoofdfase van de opleiding. Deze leerdoelen sluiten aan op je reflecties en/of 1-meting op prof-skills (spindigram). Je kunt onderbouwen hoe je aan deze leerdoelen gaat werken (een concreet actieplan) zodat aannemelijk is dat je je doelen kunt bereiken. Taaltoets Nederlands (TOETS-02)	

	De student beheerst de Nederlandse taal op 3F-niveau op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl.	
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT	KENN
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)	BYOD (HTT)
Weging deeltentamen	100%	Voorwaardelijk
Minimaal oordeel	5,5	V
Tentamenmomenten	P4N	P1N, P2N, P3N, P5N
Herkansing	Binnen de periode i.o.m. de docenten	P2N, P3N en P5N
Duur tentamen	30 minuten (assessment)	60 minuten
Individueel/groep	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.

Naam Nederlandstalig	Taaltoets Engels	Presentatie project Brede Welvaart ABC
Naam Engelstalig	Language Test English	Presentation Project Sustainable Development ABC
Code (deel)tentamen OSIRIS	TOETS-03	TOETS-04
Omvat de leeruitkomsten	Kennen (pijlers): (beeld)taal Kunnen: Engelse taal	Houding (PROF-skills): • Samenwerken
Beoordelingscriteria	Taaltoets Engels (TOETS-03) - De student beheerst de Engelse taal op Europees Referentiekader (ERK) B2-niveau op de onderdelen Engelse spelling, idioom en grammatica. Project Brede Welvaart ABC (TOETS-04): - Faciliteren van de samenwerking - Omgang met persoonlijke verschillen - Benutten van kwaliteiten (multidisciplinair) - Resultaat van de samenwerking (reflectie)	
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN	PRES
Tentamentype	BYOD (HTT)	Digitaal inleveren (Handin) en HAN locatie
Weging deeltentamen	Voorwaardelijk	Voorwaardelijk
Minimaal oordeel	V	V
Tentamenmomenten	P1N, P2N, P3N, P5N	P4N (4.9)
Herkansing	P2N, P3N en P5N	P4N (4.10)
Duur tentamen	60 minuten	n.v.t.
Individueel/groep	Individueel	Individueel

Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
Naam Nederlandstalig	ThemawEEK communicatie bij gedragsverandering	
Naam Engelstalig	Communication for Behavioral Change	
Code (deel)tentamen OSIRIS	TOETS-05	
Omvat leeruitkomsten	Overkoepelend: Realiseren: De communicatieprofessional kan communicatieproducten ontwikkelen door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. Houding (PROF-skills): • Verbinden • Innoveren	
Beoordelingscriteria	ThemawEEK communicatie bij gedragsverandering (TOETS-05): Ontvankelijkheidscriteria: • De student is aanwezig bij de bijeenkomsten van themawEEK communicatie bij gedragsverandering (voorwaardelijk) • De student moet voldoen aan de richtlijnen van TaalCode rood en het APA-alarm. Beoordelingscriteria: • De student is in staat de theorie over gedrag en weerstand toe te passen op het vraagstuk en haar keuzes hiermee te onderbouwen. • De student kan communicatiemiddelen uitwerken in tekst en beeld die bruikbaar zijn voor de opdrachtgever van het vraagstuk (realistisch en haalbaar in uitvoering). • 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. • De student is in staat het advies in een verzorgde en aansprekende (overtuigend, passend bij doel en doelgroep) presentatie over te dragen.	
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PRES	
Tentamentype	HAN locatie	
Weging deeltentamen	Voorwaardelijk	
Minimaal oordeel	V	
Tentamenmomenten	P3N	
Herkansing	Binnen de periode i.o.m. de docenten	
Duur tentamen	n.v.t.	
Individueel/groep	groep	
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Beoordelingscriteria Eindbalans zijn aangepast. Dit betreft een verschuiving, om de toetsing AI-bestendig te maken. Inhoudelijk verandert de toets niet, een nieuwe toetscode is dus niet nodig. Beoordelingscriteria Project Brede Welvaart aangepast aan ABC-brede criteria.	

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	16 EC
Studielast in uren	448
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	In deze cursus 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. <u>Onderzoek overheidsproject</u> Je begint binnen deze cursus 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 eerst aan een PID . Vervolgens werk je individueel de data uit verkregen tijdens het afnemen van interviews (kwalitatief onderzoek). <u>Infographic</u> Bij Visualisatie leer je resultaten uit het onderzoek overzichtelijk en grafisch weer te geven. Met het gebruik van beeld en quotes leer je hoe je onderzoeksresultaten goed en overzichtelijk kunt weergeven aan de hand van visuele storytelling voor de opdrachtgever. <u>English Meeting</u> 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 de Engelse meetings aan bod: conventies/beleefdheidsvormen die gangbaar zijn in de Engelse zakelijke cultuur en die zich laten vertalen in bepaalde uitdrukkingen en fraseringen. <u>Advies overheidscommunicatie</u>

	Op basis van het eerdere onderzoek breng je een advies uit aan de opdrachtgever. Dit doe je aan de hand van Factor C. Factor C is een manier van werken die overheidsorganisaties gebruiken om strategisch aan de slag te gaan met communicatie. Individueel werk je aan een verantwoordingsdocument waarin onderwerpen worden besproken die raken aan de context van een overheidsorganisatie. Essay In deze cursus leer je bronnenonderzoek te verwerken tot een betogend verhaal waarin je je eigen visie toont op een specifiek thema binnen inclusief communiceren en hoe een overheidsinstantie daarin moet handelen. 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.
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: – Koers bepalen: ○ Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. ○ Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept. – 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. – 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. 2. Houding (profskills): – Onderzoekende houding hebben en – Verbinden/netwerken en – Ethisch besef hebben 3. Kennen (dit zijn de pijlers -> voor pijlercoördinatoren): – (Beeld)taal en – Onderzoekend vermogen en – Corporate Communicatie (<i>Overheidscommunicatie</i>) 4. Kunnen: – Onderzoek en – (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	Aanwezigheid tijdens de colleges wordt verwacht.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.

Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	- Adobe Creative Cloud (voor heel 2e jaar) - Monitoring account, zoals Coosto via Surfspot

Tentaminering			
Naam Nederlandstalig	Project Informatie Document (duo)	Infographic	English meeting
Naam Engelstalig	Project Information Document (duo)	Infographic	English meeting
Code Osiris	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
Omvat de leeruitkomsten	- Onderzoekend vermogen - Corporate Communicatie - Onderzoek	(Beeldtaal) - De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. - Corporate communicatie	(Beeld)taal
Beoordelingscriteria	Project Informatie Document Randvoorwaarden - Alle (deel)beroepsproducten van Onderzoek moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood, APA-alarm. - Media-analyses en krachtenveldanalyse zijn bijgevoegd 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: - 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. - De student is in staat om een overzicht te maken van de belangrijkste actoren rondom een bepaald project. Student kan de belangen, drijfveren en oplossingen van deze actoren in kaart brengen. - De student is in staat om een media-analyse uit te voeren waarbij de context van het onderzoek in kaart wordt gebracht. - 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 gebaseerd op (semi)wetenschappelijke literatuur. - De student kan de kwaliteitscriteria betrouwbaarheid en validiteit toepassen op het uit te voeren onderzoek en een onderbouwing geven van de onderzoeksmethodiek. Infographic		

	Randvoorwaarden: • Opmaak infographic in Illustrator (alles in vector, opgeslagen als .ai) • Formaat A3, liggend • TaalCOde Rood Beoordelingscriteria Algemeen • De student is in staat om een infographic met een overzichtelijke en aantrekkelijke indeling te maken, de verhouding tussen tekst en beeld is in balans en er is een logische leesrichting te maken. • De student is in staat op een ontwerp te maken dat past binnen de huisstijl van de organisatie (kleur, typografie, illustratie, layout). Beoordelingscriteria Inhoudelijk • Vooronderzoek: De student is in staat om de kern/onderwerp van het vraagstuk betrouwbaar en aantrekkelijk gevisualiseerd te laten zien. • Media analyse: De student is in staat om de resultaten van de media analyse (onderwerp, hoeveelheid, bron, sentiment, bereik) betrouwbaar visueel inzichtelijk te maken. • Krachtenveldanalyse: De student is in staat om visueel inzichtelijk te maken wie de spelers zijn, wat de relatie tot elkaar is en hoe zij in het traject/onderwerp staan. English meeting Randvoorwaarden: • Niet oplezen • Duidelijk punten overbrengen • De taak volbrengen Beoordelingscriteria communication: • Politeness • Active listening • Coherence and content Beoordelingscriteria language: • Vocabulary • Fluency • Pronunciation		
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD	PROD	GESP
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)	Digitaal inleveren (Handin)	HAN locatie
Weging deeltentamen	15%	13%	12%
Minimaal oordeel	5,5	5,5	5,5
Tentamenmomenten	P1N/P3N	P1N/P3N	P1N/P3N
Herkansing	1 herkansing binnen de periode i.o.m. docent Indien herkansing PID onvoldoende, het volgend studiejaar Onderzoek volledig opnieuw volgen	1 herkansing binnen de periode i.o.m. docent Indien herkansing infographic (ind.) onvoldoende, het volgend studiejaar alleen deze toets	1 herkansing binnen de periode i.o.m. docent Indien herkansing meeting (ind.) onvoldoende, het volgend studiejaar alleen deze toets

		herkansen. Wél moet student aansluiten bij een student en dit afstemmen met docent.	herkansen. Wél moet student aansluiten bij een student en dit afstemmen met docent.
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t	n.v.t
Individueel/groep	Duo	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t	N.v.t	N.v.t.

Naam Nederlandstalig	Advies overheidsproject	Essay	Onderzoek overheidsproject (individueel)
Naam Engelstalig	Government Project Advice	Essay	Government Project Research (individual)
Code Osiris	TOETS-04	TOETS-05	TOETS-06
Omvat de leeruitkomsten	• Beeldtaal • Corporate Communicatie • Ethisch besef • Verbinden/netwerken • Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie • Generen ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept. • De communicatie-professional kan communicatieproduct en, -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	• (Beeld)taal • Onderzoek	• Onderzoekende houding • Onderzoekend vermogen • Onderzoek • Corporate communicatie • 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.

	media/technologie op basis van strategie. • 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. • Organiseren interactie en samenwerking en zorgen voor ontmoetingen; faciliteren dialoog.		
Beoordelingscriteria	Randvoorwaarden: • Alle (deel)beroepsproduct en van moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm. • Studenten zijn aanwezig bij de pitch/presentatie • Documenten bevatten minimaal twee uitgewerkte middelen per student. • Het advies is overzichtelijk, communicatief en past w.b.t. de opmaak bij de opdrachtgever. De koers is in een oogopslag helder. Beoordelingscriteria: • De studenten overtuigen de opdrachtgever van hun advies, beargumenteren keuzes en standpunten die recht	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. Beoordelingscriteria: • De student kan een vorm kiezen van het essay waarin professioneel brongebruik en kopjes en tussenkopjes juist gebruikt zijn • De student kan inhoudelijk een essay schrijven met een inleiding, een relevante inhoudelijke kern en een conclusie	Individuele eindtoets: Individueel maak je een onderzoeksdocument waarin je de resultaten, conclusies en kwaliteit van het hele onderzoek verantwoord. Randvoorwaarden individueel product: • De producten voldoen aan norm Nederlandse taal (TaalCOde Rood) • De producten voldoen aan de APA-eisen • De student heeft deelgenomen aan peerassessment • Interviewlijst of topiclijst is bijgevoegd • Infographic is bijgevoegd • Product telt maximaal 1000 woorden exclusief bijlagen • Codeerschema is bijgevoegd

	doen aan de belangen van de organisatie. • Studenten spreken de taal van de opdrachtgever en geven goed antwoord op vragen. • De strategische koers is passend bij de organisatie(strategie), houdt rekening met de context van de overheidsorganisatie en versterkt het imago van de organisatie. • Keuzes zijn onderbouwd aan de hand van theorie, conclusies uit eerder onderzoek en aanvullend deskresearch. • De gemaakte middelen zijn passend bij het vraagstuk, de doelgroep en de organisatie • Het advies toont samenhang en eenheid en versterkt het merk van de opdrachtgever. • De geadviseerde koers, het gekozen verhaal en de middelen leiden tot commitment bij de doelgroep waarbij mogelijke weerstand wordt omgebogen zodat participatie bereikt wordt. • De student houdt rekening met belangen van alle betrokken én/of de maatschappij. • De student kan haar visie over onderwerpen die passen binnen het vakgebied kernachtig neerzetten en onderbouwen vanuit relevante literatuur.	• De student past een stijl toe die past bij het doel en de doelgroepen structuur die passend is.	• Transcripten en audio-opnames zijn bijgevoegd • PID is als bijlage toegevoegd • Het is een communicatief document en past w.b.t. de opmaak bij de opdrachtgever Beoordelingscriteria: • 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.
--	---	---	---

	De student kan haar mening kernachtig in een logische redenering weergeven.		
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD	PROD	PROD
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)	Digitaal inleveren (Handin)	Digitaal inleveren (Handin)
Weging deeltentamen	30%	15%	15%
Minimaal oordeel	5,5	5,5	5,5
Tentamenmoment	P2N/P4N	P2N/P4N ing essay (ind.) onvoldoende, het volgend studiejaar alleen deze toets herkansen, zonder Advies te volgen.	P1N/P3N
Herkansing	Herkansing binnen de periode i.o.m. docent Indien herkansing interactief advies (duo) onvoldoende, het volgend studiejaar Advies volledig opnieuw volgen. Indien herkansing Pitch (duo) onvoldoende, het volgend studiejaar Advies volledig opnieuw volgen. Indien herkansing verantwoordingsdocument (ind.) onvoldoende, het volgend studiejaar Advies volledig opnieuw volgen.	Herkansing binnen de periode i.o.m. docent Indien herkansing essay (ind.) onvoldoende, het volgend studiejaar alleen deze toets herkansen, zonder Advies te volgen.	1 herkansing binnen de periode i.o.m. docent Indien herkansing individueel verantwoordingsdocument onvoldoende, het volgend studiejaar Onderzoek volledig opnieuw volgen.
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Individueel/groep	Groep (duo)	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	--	--	--
Wijzigingen t.o.v. vorig jaar	Toegestane hulpmiddelen eruit gehaald.		

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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	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 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 voor de opdrachtgever handboek, opgemaakt in Indesign. In dit project komen de rollen Webweter en Contentmaker uit de propedeuse terug.
Leeruitkomsten	Overkoepelend: Koers bepalen • Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate, branding, intern, publiek, marcom). Hierbinnen formuleren verschillende opties, afwegen opties en beste keuze maken. • 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. • Inzichtelijk maken (visueel) van customer/employer/stakeholder journey om in te spelen op touchpoints o.a. door het analyseren van data. Draagvlak creëren

	• Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in goede banen leiden van verwachtingen betrokkenen en belanghebbenden. Alle bovenstaande competenties worden getoetst in een eenvoudige context- niet complexe organisaties. Houding (profskills) • Reflecteren op en rapporteren over de ontwikkeling van de professional skills (reflecteren, ethisch besef, innoveren, onderzoekend vermogen, flexibiliteit en plannen en prioriteren) bij het stagebedrijf • Korte toelichting: PROFSkills summatief getoetst, toegepast op de context van de stage, mede op basis van feedback van de bedrijfscoach. Hierbij borduurt de student voort op reflecties uit eerdere semesters). Ethisch besef hebben: aparte status: formatief getoetst mbv Lagerhuis debat, accepteren wel contextloos (als enige van de 6). Borging zit in actieve deelname English writing De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. Plan van Aanpak • Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate, branding, intern, publiek, marcom). Hierbinnen formuleren verschillende opties, afwegen opties en beste keuze maken.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software/ verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering				
Naam Nederlandstalig	Interactief handboek (pdf)	Reflectie stage en beoordeling bedrijfscoach (professionele houding)	English report (e-mails) on digital marketing tools	Vraaggesprek en plan van aanpak
Naam Engelstalig	Interactive Manual (pdf)	Reflection and Assessment Company Coach (Professional Attitude)	English E-mails	Interview and Planning
Code Osiris	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03	TOETS-04

Omvat de leeruitkomsten	Koers bepalen Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate, branding, intern, publiek, marcom). Hierbinnen formuleren verschillende opties, afwegen opties en beste keuze maken. 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 communicatie professional kan communicatie producten, - diensten en - belevingen conceptmatig ontwikkelen, framen en activeren door middel van creatieve, betekenisvolle content en design.	Reflecteren op en rapporteren over de ontwikkeling van de professional skills (reflecteren, ethisch besef, innoveren, onderzoekend vermogen, flexibiliteit en plannen en prioriteren) bij het stagebedrijf Korte toelichting: PROFskills summatief getoetst, toegepast op de context van de stage, mede op basis van feedback van de bedrijfscoach. Hierbij borduurt de student voort op reflecties uit eerdere semesters). Ethisch besef hebben: aparte status: formatief getoetst mbv Lagerhuis debat , accepteren wel contextloos (als enige van de 6). Borging zit in actieve deelname	Rapporteren mbv een email aan een opdrachtgever over een online marketingtechniek	Analyseren en in kaart brengen van de (online) marketing behoeften bij de stage-organisatie en dit vertalen naar een concreet Plan van Aanpak. Voeren van een vraaggesprek met een opdrachtgever om aanvullen de informatie over online marketing te verkrijgen
---------------------------------------	--	--	--	--

	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. Draagvlak creëren Overtuigen opdrachtgever en omgeving en in goede banen leiden van verwachtingen betrokkenen en belanghebbenden.			
Beoordelingscriteria	Interactief handboek Toets 01 • Je kan Google certificaat Basis Online Marketing + certificaat/cursus naar keuze behalen • Je kan input uit een vraaggesprek omzetten in een plan van aanpak • Je kan realistische doelen opstellen • Je kan een 0-meting uitvoeren • Je kan een keywordanalyse uitvoeren • Je laat zien dat je weet aan welke knoppen je kan draaien om doelstellingen te halen. • Je kan content creëren die nodig is om de beoogde doelen te behalen. • 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. Reflectie en beoordeling bedrijfscoach Toets 02 • 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)			

	• Je genereert en past nieuwe en creatieve ideeën toe. Je kan kansen herkennen en hiervoor steun zoeken. Je neemt hier eigenaarschap op. (innoveren) • 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) • De student besteedt aandacht aan de relatie, toont zich sociaal communicatief vaardig, kan samenwerken en is betrokken, kan zich verplaatsen in een ander (samenwerken). • 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) • 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) • Je kunt bovenstaande professional skills toepassen op inhoud en proces van de stage. English report Toets 03 • Je kan een rapportage (e-mails) schrijven in begrijpelijk Engels over het gebruik van digitale tools zoals Google Analytics, Google Ads of Monitoring tools. Vraaggesprek feedback/ Plan van Aanpak Toets 04 • Je kunt beoordelen of iemand een vraaggesprek effectief voert om de benodigde informatie op te halen. • Je kunt beoordelen of iemand zich een professionele gesprekspartner toont. • Je geeft inhoudelijk feedback op het plan van aanpak van een medestudent en verwerkt diens feedback in jouw document • Je kunt realistische doelen (organisatie-, marketing- en communicatiedoel(en)) opstellen • Je beschrijft realistische doelgroep(en). • Je geeft aan welke kanalen je gaat inzetten in de Customer Journey. • Je geeft een 0-meting van de in te zetten kanalen. • Je stelt de juiste en relevante kpi's op om de kanalen te meten • Je hebt een grove planning voor stage-periode opgenomen.			
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD	GESP	KENN	PROD
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)	HAN locatie	BYOD ANS	HAN locatie (mondelin g)
Weging deeltentamen	55%	35%	10%	Voorwaar delijk
Minimaal oordeel	5,5	5,5	5,5	V

Tentamenmomenten	Einde P2N en P4N	Einde P2N en P4N	P2N/P4N	P1N/P3N
Herkansing	herkansing i.o.m. docent	herkansing i.o.m. docent	P3N/P5N	herkansing i.o.m. docent
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	60 minuten	n.v.t.
Individueel/groep	individueel	individueel	individueel	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	(online) woordenboek	Video + plan van aanpak
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	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 Brightspace
Ingangseisen	Je hebt het A- en B-cluster doorlopen en de TOETS-01 - Eindbalans van de Professional leerlijn 1 (PROFES31) afgerond.
Algemene omschrijving	Startweek 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. PROF 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. Gedurende het eerste semester begeleidt de PROFdocent je op je professionele skills en studievoorgang. Je hebt minimaal twee individuele gesprekken met je PROFdocent. 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, interviews 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. PROF Eindgesprek en stagevoorbereiding Het tweede jaar wordt in periode 4 afgesloten door in een eindgesprek terug te kijken op het geleerde uit jaar 2 en vooruit te kijken naar je stage en minor aan de hand van je persoonlijk portfolio.

	Taaltoets NL 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 door zelfstandig de regels te leren en oefenen via www.hogeschooltaal.nl .
Leeruitkomsten	<u>Startweek</u> 1. Overkoepelend Koers bepalen – Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. – Genereren ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept. Realiseren – Creëren relevante content (dmv bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie. 4. Kunnen – Onderzoek – (Beeld)taal <u>PROF Eindgesprek en stagevoorbereiding</u> 2. Houding (profskills) Reflecteren – Je reflecteert op je persoonlijke en professionele ontwikkeling in het tweede leerjaar. <u>Nederlands</u> 4. Kunnen - (Beeld)taal Je beheerst de regels van de Nederlandse taal op 4F-niveau op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl.
Deelnameplicht onderwijs	Aanwezigheid tijdens de les wordt verwacht, aangezien je gedurende de lessen wordt gecoacht op stage-voorbereiding en reflecteren.
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Keuzemogelijkheden	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering			
Naam Nederlandstalig	Startweek	PROF Stagevoorbereiding & Eindgesprek	Taaltoets Nederlands
Naam Engelstalig	Start Up Week	PROF Oral Evaluation	Language Test Dutch
Code Osiris	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03

Omvat de leeruitkomsten	Koers bepalen Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. Genereren ideeën die aansluiten bij wensen en behoeften doelgroep en/of strategie organisatie, dienst of product en deze vertalen naar een betekenisvol concept. Realiseren Creëren relevante content (dmv bv storytelling, SEO, copywriting, videoproductie, fotografie) die aansluit bij conceptgedachte en de doelstellingen van de organisatie Kunnen Onderzoek (Beeld)taal	Reflecteren Je reflecteert op je persoonlijke en professionele ontwikkeling in het tweede leerjaar.	. Kunnen (Beeld)taal Je beheerst de regels van de Nederlandse taal op 4F-niveau op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl.
Beoordelingscriteria	Startweek • Student kan een communicatievraagstuk van een opdrachtgever analyseren. • Student kan onderzoeksresultaten vertalen naar een passend en creatief communicatie-advies voor de opdrachtgever. • Student kan relevante en creatieve content creëren. • Student weet hoe kennis van het eerste jaar specifiek toe te passen in een advies. PROF Eindgesprek en stagevoorbereiding • Student reflecteert op het afgelopen jaar en kijkt vooruit naar stage en minor aan de hand van je portfolio en een eindgesprek. • Student laat op een creatieve manier zien dat je je in het tweede jaar ontwikkeld hebt op de volgende acht professionele vaardigheden: onderzoekende houding hebben; plannen en prioriteren; verbinden/netwerken (communicatief vaardig zijn); flexibel zijn;		

	samenwerken; innoveren; ethisch besef hebben en reflecteren. Ook laat student zien nagedacht te hebben over welke communicatierollen en welke communicatiecontexten er zijn en welke er bij hem/haar past. <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> Taaltoets Nederlands Student beheerst de Nederlandse taal 4Fniveau 80 % op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl.		
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD	GESP	KENN
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)	HAN locatie	BYOD (ANS)
Weging deeltentamen	100%	n.v.t.	n.v.t.
Minimaal oordeel	5,5	V	V
Tentamenmomenten	P1N	P4N	P1N en P3N
Herkansing	In overleg met de docent	In overleg met de docent	P2N en P4N
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	90 minuten
Individueel/groep	individueel	individueel	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	NVT		

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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	In deze cursus ga je aan de slag met een opdracht voor een strategisch merkadvies. In groepsverband ontvang je een briefing met hierin de opdracht van de opdrachtgever. Op basis hiervan maak je een debriefing die als basis dient voor je advies. 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 opdrachtgever. Uiteindelijk moet je met je groep je advies presenteren voor de docenten. De beste groepjes presenteren hun advies in de finale aan de opdrachtgever. ADVIEB-PRO 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. ADVIEB-COP en ADVIEB-VIS Bij de lessen Copywriting en Visualisatie 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. ADVIEB-ENG Bij de lessen Engels ga je aan de hand van <i>negotiations</i> 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). In deze cursus komen de Merkenbouwer, Mediakenner en Contentmaker uit leerjaar 1 terug.

Leeruitkomsten	Overkoepelend Koers bepalen, ○ 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. 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. 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. Kunnen: – Onderzoek – (Beeld)taal (Engels) – projectmanagement – Kennen (dit zijn de pijlers -> voor pijlercoördinatoren): – (Beeld)taal – (Beeld)taal Engels: De student heeft vaardigheden ontwikkeld om in het Engels (B2) te onderhandelen, op een formele toon en met inachtneming van de correcte beleefdheidsvormen en past deze toe in een onderhandelingsgesprek. – Marcom & Accountability – Onderzoekend vermogen
-----------------------	--

	Houding (profskills): n.v.t.
Deelnameplicht onderwijs	Aanwezigheid tijdens de les wordt verwacht
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Voor de toets van Middel (toets -04) geldt dat het onderdeel COP en VIS niet gecompenseerd kunnen worden en afzonderlijk met minimaal een 5,5 moeten worden afgerond.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Debriefing
Naam Engelstalig	debriefing
Code Osiris	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	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.
Beoordelingscriteria	Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCOde Rood en APA-alarm De student is in staat tot • Correcte, inhoudelijke kloppende verslaglegging van de briefing • Heldere en correcte formulering van het vraagstuk • Heldere en correcte formulering van de doelstellingen • Aanvullende visie en interpretatie
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)
Weging deeltentamen	n.v.t.
Minimaal oordeel	V
Tentamenmoment	P2N/P4N
Herkansing	Binnen de periode in overleg met de docent
Duur tentamen	n.v.t.

Individueel/groep	groep
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.

Naam Nederlandstalig	Adviespresentatie
Naam Engelstalig	Presentation
Code (deel)tentamen	TOETS-02
Omvat leeruitkomsten	Koers bepalen, ○ 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.
Beoordelingscriteria	Adviespresentatie: de student kan • Strategie bepalen en onderbouwen vanuit onderzoek en theorie (Merkanalyse, Doelgroepanalyse, Concurrentieanalyse) • Een goede en passende positionering bepalen • Een merkconcept bedenken dat aansluit, consistent en passend is • Middelen bedenken die passen bij strategie vraagstuk • Strategie, Concept & Middelen bedenken (samen campagne) die bijdragen aan oplossing vraagstuk en aanzetten tot gewenste actie • Op een professionele en overtuigende manier presenteren

Vorm (deel)tentamen	PERF
Tentamentype	HAN locatie
weging	40%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenperiode	P2N/P4N
Herkansing	Binnen de periode in overleg met de docent
Duur tentamen	n.v.t.
Individueel/groep	groep
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.

Naam Nederlandstalig	Tentamen branding
Naam Engelstalig	Branding exam
Code (deel)tentamen	TOETS-03
Omvat leeruitkomsten	Kennis van branding
Beoordelingscriteria	Koers bepalen, ○ 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.
Vorm (deel)tentamen	KENN
Tentamentype	BYOD (ANS)
weging	20%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenperiode	P2N en P4N
Herkansing	P5N
Duur tentamen	90 minuten
Individueel/groep	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.

Naam Nederlandstalig	Middel
Naam Engelstalig	Means of Communication
Code (deel)tentamen Osiris	TOETS-04
Omvat leeruitkomsten	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. ○ Beeoordelen van concepten van zichzelf en van anderen op criteria als originaliteit, haalbaarheid, relevantie en usability.
Beeoordelingscriteria	Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCOde Rood en APA-alarm Middel. De student kan een communicatiemiddel maken dat voldoet aan de volgende eisen <u>Design</u> • Concept is duidelijk herkenbaar in beeld van uitgewerkte middel • Beeld in middel is doel- en doelgroepgericht (duidelijk zichtbare call to action) • Professioneel uitgewerkte middel vertoont samenhang met de volledige middelenmix in design (typografie, kleur en beeld), <u>Copywriting</u> • Concept is duidelijk herkenbaar in tekst van uitgewerkte middel • Tekst in middel is doel- en doelgroepgericht (duidelijk herkenbare call to action) • Professioneel uitgewerkt middel vertoont samenhang met de volledige middelenmix in tekst (stijl, toon, woordkeus)
Vorm(en) tentamen en deeltentamen	PROD
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)
Weging deeltentamen	25%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmomenten	P2N en P4N
Herkansing	Binnen de periode in overleg met de docent
Duur tentamen	n.v.t.
Individueel/groep	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Naam Nederlandstalig	Engels

Naam Engelstalig	Negotiations
Code (deel)tentamen	TOETS-05
Omvat leeruitkomsten	De student heeft vaardigheden ontwikkeld om in het Engels (B2) te onderhandelen, op een formele toon en met inachtneming van de correcte beleefdheidsvormen en past deze toe in een onderhandelingsgesprek.
Beoordelingscriteria	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).
Vorm (deel)tentamen	PROD
Tentamentype	HAN Nijmegen
Weging	15%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenperiode	P2N/ P4N
Herkansing	Binnen de periode in overleg met de docent
Duur tentamen	n.v.t.
Individueel/groep	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.

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 Brightspace
Ingangseisen	n.v.t.
Algemene omschrijving	Je werkt in het CO-bureau individueel en in een duo/groep aan opdrachten uit het werkveld. 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 tentamenherkansingsweek 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. Je wordt bij het CO-bureau getoetst op vijf profskills. 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.
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: – Realiseren ○ Het gaat om het verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie. 2. Houding (profskills): – Onderzoekende houding hebben – Plannen & prioriteren – Verbinden/netwerken – Flexibel zijn – Reflecteren 3. Kennen (pijlers): – Professional 4. Kunnen:

	– Projectmanagement
Deelnameplicht onderwijs	N.v.t.
Maximum aantal deelnemers	N.v.t.
Compensatiemogelijkheid	N.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving “leerstof”	N.v.t.
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlands talig	Digitaal Portfolio CO bureau
Naam Engelstalig	Digital Portfolio Communication Agency
Code Osiris	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	1. Overkoepelend: – Realiseren ○ Het gaat om het verbinden van wensen van doelgroepen, organisatiedoelstellingen en media/technologie op basis van strategie. 2. Houding (profskills): – Onderzoekende houding hebben – Plannen & prioriteren – Verbinden/netwerken – Flexibel zijn – Reflecteren 3. Kennen (pijlers): – Professional 4. Kunnen: – Projectmanagement
Beoordelingscriteria	Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCOde Rood en APA-alarm. Beoordelingscriteria volgens toetsmatrijs: - De student reflecteert op eigen handelen en de uitvoering van een taak. Hij kan daarbij toelichten wat de intentie, doelen en verwachtingen zijn, en is bereid om op basis van de bevindingen, zijn gedrag aan te passen en nieuwe doelen te stellen waarop opnieuw gereflecteerd wordt (reflecteren). - De student gaat op een onderzoekende en nieuwsgierig manier om met diversiteit binnen de beroepscontext en kan gedrag hierop aanpassen. Hij kan omgaan met onzekerheden (flexibel zijn). - De student is zich bewust van gedrag en overtuigingen van zichzelf, van anderen en van organisaties en is bereid om goed afgewogen beslissingen te nemen op basis van een kritische en nieuwsgierige houding (onderzoekende houding). - De student kan zijn eigen oordeel uitstellen en het perspectief van de ander innemen (onderzoekende houding).

	- De student kan informatie op waarde schatten en wil leren, weten en begrijpen(onderzoekende houding). - De student heeft een professioneel netwerk opgebouwd binnen het Communicatie domein, zowel on- en offline en kan zich profileren bij deze en nieuwe contacten (verbinden/netwerken). - De student organiseert en coördineert de uitvoering van de geplande activiteiten met aspecten van projectmanagement (plannen en prioriteren). - De student kan geplande activiteiten en resultaten verantwoorden (plannen en prioriteren).
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT
Tentamen type	Digitaal inleveren (Handin)
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmomenten	P2N en P4N
Herkansing	In overleg met docent
Duur tentamen	n.v.t.
Individueel/ groep	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Niet van toepassing.

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 Brightspace
Ingangseisen	N.v.t.
Algemene omschrijving	Opdrachtgever De projectgroep van vijf studenten werft voor de start van de cursus zelf een opdrachtgever. Deze opdrachtgever biedt een tactisch vraagstuk rondom gedragsverandering bij medewerkers. De projectgroep houdt in de eerste week van de cursus 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. Analyse De projectgroep voert een analyse uit van het probleem aan de hand van deskresearch (organisatiescan) en fieldresearch (vraaggesprek met opdrachtgever en twee focusgroepen). Kennislessen over interne communicatie (INT) en gedrag (GDR) voorzien in benodigde theorie voor de analyse en het advies. Tijdens projectlessen (PRO) begeleiden de docenten van INT en GDR de studenten bij het opzetten van de analyse en het uitwerken van het advies. Tijdens vaardigheden trainingen (FOC) begeleiden de docenten INT en GDR studenten bij het opzetten van focusgroepen met medewerkers. Advies 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. Individueel adviesgesprek 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. Engels De studenten maken een individueel geschreven editorial in het Engels (ERK B2). Hierbij kijken zij vanuit meerdere perspectieven naar een issue en moeten zij stelling innemen. Studenten zijn in staat om vanuit meerdere invalshoeken het issue te bekijken. Juist brongebruik en formele schrijfstijl behorend bij een editorial zijn van belang. De student past bij de Communicatieve organisatie kennis toe die is opgedaan bij de Organisatieontdekker in jaar 1.
Leeruitkomsten	Toets01 <u>Koers bepalen</u> - Vanuit meerdere perspectieven naar een issue kijken en stelling innemen die past bij het doel van de editorial om de lezer te overtuigen. Toets02 <u>Koers bepalen</u> - Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (intern). 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. <u>Draagvlak</u> - 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. Toets 03 <u>Koes bepalen</u> - Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (intern). 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.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.

Verplichte literatuur/ beschrijving leerstof	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.

Tentaminering			
Naam Nederlandstalig	Editorial writing	Advies interne communicatie en gedrag	Adviesgesprek oplosrichting
Naam Engelstalig	Editorial Writing	Advice Internal Communication and Behaviour	Interview Targeted Solutions
Code Osiris	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03
Omvat de leeruitkomsten	Draagvlak creëren Zie Leерuitkomsten regel Algemene informatie cursus	Koers bepalen en draagvlak creëren Zie Leерuitkomsten regel Algemene informatie cursus	Koers bepalen Zie Leерuitkomsten regel Algemene informatie cursus
Beoordelingscriteria	Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCode Rood en APA-alarm Engels editorial writing 1. Structure 2. Linking 3. Conciseness 4. Language and style Advies interne communicatie en gedrag Student stelt vanuit analyse en theorie onderbouwde en meetbare interventies voor die aansluiten bij: 1. het probleem/doelgedrag, gekozen doelstellingen en strategie 2. de rol van de spelers (bv. trainer, gebruiker, coach, informeel leider) 3. de communicatieverantwoordelijkheden van de spelers (bv. faciliteren in info brengen/halen) 4. de organisatie (bv. cultuur) 5. de COM-B elementen van de spelers (bv. capaciteit) 6. de specifieke weerstand van de spelers (bv. inertia) 7. het doelgedrag, de spelers en de organisatie en kiest passende beïnvloedingstechnieken (bv. Cialdini, nudging en weerstand oplossen) Adviesgesprek oplosrichting Student stelt beargumenteerd oplossingen voor die aansluiten bij analyse en theorie: 1. het probleem/doelgedrag 2. de rol van de spelers (bv. trainer, gebruiker, coach, informeel leider) 3. de communicatieverantwoordelijkheden van de spelers (bv. faciliteren in info brengen/halen) 4. de organisatie (bv. cultuur) 5. de COM-B elementen van de spelers (bv. capaciteit) 6. de specifieke weerstand van de spelers (bv. inertia)		

	7. gebruikt beïnvloedingstechnieken		
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN	PROD	GESP
Tentamentype	BYOD (ANS)	Digitaal inleveren (Handin)	HAN locatie
Weging deeltentamen	15%	55%	30%
Minimaal oordeel	5,5	5,5	5,5
Tentamenmomenten	P1N en P3N	P1N en P3N	P1N en P3N
Herkansing	P5N	Binnen de periode i.o.m. docent	Binnen de periode i.o.m. docent
Duur tentamen	120 minuten	n.v.t.	n.v.t.
Individueel/groep	individueel	groep	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.		

E-Cluster

Stage STAGEH14

Algemene informatie Cursus	
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 Brightspace
Ingangseisen	De student heeft alle projecten en PROF uit jaar 1 en 2 behaald en de propedeuse afgerond.
Algemene omschrijving	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 van het voortgangsdokument, feedback van anderen en een actieve bijdrage in de interviews laat je zien dat je beschikt over de juiste competenties op niveau 2. 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.
Leeruitkomsten	Kerngebieden: 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). KUNNEN – Projectmanagement – Onderzoekend vermogen – Inzicht & verantwoorden – (Beeld)taal HOUDING – Reflecteren – Plannen en prioriteren – Flexibel zijn

	– Samenwerken – Innoveren – Ethisch besef hebben
Deelnameplicht onderwijs	Bij de kick-off, terugkomdagen (max 1 keer afwezig) en het beoordelingsmoment.
Maximum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Voortgangsdokument meewerkstage
Naam Engelstalig	Progress Report Placement
Code OSIRIS	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	Alle Leeruitkomsten in regel Algemene informatie cursus
Beoordelingscriteria	Aan de hand van het voortgangsdokument, feedback van anderen en een actieve bijdrage in de terugkommomenten laat je zien dat je beschikt over de juiste competenties en skills op niveau 2. KUNNEN • De student begrijpt het doel en de belangrijkste aspecten van een project/taak en voelt zich eigenaar hierover. (Projectmanagement) • De student kan een gepast onderzoek opzetten en uitvoeren. (Onderzoekend vermogen). • De student verantwoordt gemaakte keuzes in handelen/producten/projecten, werkt doelgericht en kan aantonen welke resultaten je hebt behaald. (Inzicht en verantwoorden). • De student kan doelgroepgericht schrijven in foutloos Nederlands/Engels en hierbij passend beeld en vormgeving conform de huisstijl inzetten. (Beeldtaal) HOUDING • De student kijkt kritisch naar zichzelf en is zich bewust van eigen functioneren binnen de organisatie en kan op basis hiervan leerdoelen formuleren en deze omzetten in acties zodat de student zich op persoonlijk en professioneel vlak verbetert. (Reflecteren). • De student geeft sturing aan eigen leer- en werkprocessen en werkt de planning zelfstandig uit, waarbij deze kan afstemmen met anderen. (Plannen en prioriteren) • De student is breed inzetbaar en kan (proactief) inspelen op tussentijdse veranderingen in het werkproces en kan waar nodig oplossingsgericht handelen. (Flexibel inzetbaar) • 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. (Samenwerken) • De student initieert of werkt mee aan vernieuwing en/of laat creativiteit zien tijdens het uitvoeren van werkzaamheden. (Innoveren) • 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). De competenties dienen met een voldoende beoordeeld te worden, hierbij mogen er max. 2 beoordelingscriteria met een onvoldoende beoordeeld zijn (geen beeldtaal)
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	6
Tentamenmomenten	P2N en P4N (2.8 of 4.8)
Herkansing	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.
Duur tentamen	n.v.t.
Individueel/groep	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.

Algemene informatie cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	De Community
Naam cursus lang Engelstalig	The Community
Naam cursus kort Nederlandstalig	De Community
Naam cursus kort Engelstalig	The Community
Code cursus	COMMUN06
Onderwijsperiode	P1N + P2N / P3N + P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Brightspace
Ingangseisen	Je hebt stage met een voldoende afgerond. Deze cursus is een verplicht onderdeel van de opleiding.
Algemene omschrijving	Je werkt in duo's en ontwikkelt communicatievisie naar aanleiding van een zelfgekozen betekenisvol vraagstuk. 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. 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. In deze cursus 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. 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 na een instaptoets laten zien of je het eindniveau beheerst en of je de lessen nodig hebt.
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: Koers bepalen

	– Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. – Begrijpen relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauzzijside als organisatiezijside meedenken en adviseren over strategie van de gehele organisatie. – 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, organisatie doelstellingen 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. – 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): • Plannen en prioriteren • Verbinden/netwerken • Flexibel zijn • Samenwerken • Reflecteren • Innoveren • Ethisch besef hebben • Onderzoekende houding 3. Kennen • (Beeld)taal en/of • Marcom & Accountability en/of • Gedrag en/of • Onderzoekend vermogen en/of • Online Communicatie en/of • Corporate Communicatie en/of • Professional 4. Kunnen: • Onderzoek en/of • Projectmanagement en/of • (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	I.v.m. toetsen professionele houding en groepswork wordt voldoende aanwezigheid en betrokkenheid verwacht
Maximum/minimum aantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	n.v.t.
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering				
Naam Nederlandstalig	Project	Ethiek	Innoveren	Engels
Naam Engelstalig	Project	Ethics	Innovation	English
Code OSIRIS	TOETS-01	TOETS-02	TOETS-03	TOETS-04
Omvat de leeruitkomsten	Alle Leeruitkomsten in regel Algemene informatie cursus	Ethisch besef hebben	Innoveren	(Beeld)taal
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PROD Inlever- opdracht	PROD Inlever- opdracht	PROD Inlever- opdracht	PROD Project (Mondeling & schrijfoopdracht)
Beoordelingscriteria	Project Koers bepalen			

	Realiseren Draagvlak creëren Onderzoek Professionele houding - Plannen en prioriteren - Onderzoekende houding - Verbinden - Flexibel zijn - Samenwerken - Reflecteren Ethiek Ethisch besef hebben Innoveren Innovatiekracht Engels Spreekvaardigheid Schrijfvaardigheid Op B2-C1 niveau			
Tentamentype	Digitaal inleveren (Handin)	Digitaal inleveren (Handin)	Digitaal inleveren (Handin)	Digitaal inleveren (Handin) en HAN locatie
Weging deeltentamen	90%	Voorwaardelijk	Voorwaardelijk	10%
Minimaal oordeel	5,5	V	V	5,5
Tentamenmomenten	P2N en P4N 2.7/4.7	P1N en P3N	P1N en P3N	P1N en P2N of P3N en P4N
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent	In overleg met docent	In overleg met docent
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Individueel/groep	Individueel	Individueel	Individueel	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	--			

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 Brightspace
Ingangseisen	Stage, minor, en taaltoets niveau 2 moeten zijn gehaald. En van de Community moet het project en het onderzoek gehaald zijn. Bij openstaande cursus 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	Overkoepelend: 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. • Koers bepalen – Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. – Begrijpen relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauijde als

	organisatiezijde meedenken en adviseren over strategie van de gehele organisatie. – 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 3. Kennen: de keuze van het gebruik van de hieronder beschreven kennis is aan de student, afhankelijk van wat nodig is voor zijn of haar project: Marcom & Accountability Interne communicatie Gedrag Online Communicatie Corporate Communicatie 4. Kunnen: Projectmanagement (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	Tijdens het afstudeertraject is er een terugkomdag op school. De student is verplicht hierbij aanwezig te zijn.
Keuzemogelijkheden	-
Maximum aantal deelnemers	N.v.t.
Compensatiemogelijkheid	N.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	N.v.t.
Verplichte software / verplicht materiaal	N.v.t.

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Afstudeeropdracht
Naam Engelstalig	Graduation Assignment
Code Osiris	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	Alle Leeruitkomsten in regel Algemene informatie cursus
Beoordelingscriteria	- Roadmap (voorwaardelijk) - Koers bepalen - Realiseren - Verbinden - Professionele houding - CGI: zelfinzicht en verantwoording van inhoud
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT met afsluitend mondeling assessment (CGI)
Tentamentype	Portfolio: digitaal inleveren (Handin), CGI op HAN locatie
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	De student moet een voldoende (5,5 of hoger) behalen op ieder beoordelingscriterium en voor het assessment
Tentamenmomenten	Gedurende het semester wordt gemonitord en feedback gegeven op portfolio, proces en voortgang. Het afsluitend assessment wordt georganiseerd in overleg met de betreffende docenten.
Herkansing	In overleg met begeleider

Duur tentamen	1 uur voor mondeling assessment
Individueel/groep	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	Zie studiehandleiding op Brightspace
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Er is in het beoordelingsformulier een criterium toegevoegd, namelijk een beoordeling vanuit ZELCOM-model.

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

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.

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	STRABR07
Onderwijsperiode	P3N+P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Brightspace
Ingangseisen	Basiskennis van marketing, branding en communicatie via opleiding Communicatie, Commerciële Economie of soortgelijke opleiding. Afgeronde (meewerk)stage en propedeuse
Algemene omschrijving	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. De minor is een verdieping op het aangeboden onderwijs in eerdergenoemde opleidingen op het gebied van branding.
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: – Koers bepalen • Merkstrategie bepalen op basis van inzichten uit merkanalyse, doelgroepanalyse, concurrente-analyse & trends. • Merkconcept bepalen op basis van een merkstrategie. – Draagvlak creëren • 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. • 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. – Realiseren • Het realiseren van een passend communicatieconcept, wat door vertaald kan worden in communicatiemiddelen. • Beoordelen van concepten van zichzelf en van anderen op criteria als originaliteit, haalbaarheid, relevantie en usability. • Het maken van een merkboek, wat het DNA van een merk laat zien, passend bij een merkadvies. 2. Houding (profskills): – Onderzoekende houding hebben – Plannen & prioriteren – Samenwerken – Verbinden/netwerken – Flexibel zijn – Reflecteren 3. Kennen – (Beeld)taal – Marcom & Accountability of – – Interne communicatie en/of – Onderzoekend vermogen 4. Kunnen: – Onderzoek – Projectmanagement – (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	Aanwezigheid tijdens de les en andere schoolactiviteiten wordt verwacht.
Maximum aantal deelnemers	25
Compensatiemogelijkheid	De verschillende onderdelen van de beoordeling kunnen onderling niet gecompenseerd worden en moeten afzonderlijk met een 5,5 of hoger worden afgerond.
Verplichte literatuur/ beschrijving “leerstof”	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Portfolio Strategic Branding & Assessment
Naam Engelstalig	Portfolio Strategic Branding & Assessment
Code OSIRIS	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	Alle leeruitkomsten
Beoordelingscriteria	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: 1. De merkadviseur begrijpt de (huidige) merkstrategie van een opdrachtgever en zijn organisatie. Hij heeft 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. De adviseur kan hieruit een onderbouwde, doelgerichte, effectieve en uitvoerbare merkstrategie (positionering, doelen, gewenste resultaten) formuleren en presenteren. 2. De merkadviseur kan merkconcepten onderbouwd vertalen naar bij het merkconcept passende communicatieconcepten en kan deze communicatieconcepten activeren door middel van creatieve en betekenisvolle content en design. 3. De merkadviseur is in staat om de merkeigenaar te informeren over, te overtuigen van en te enthousiasmeren voor effectiviteit, resultaatgerichtheid en uitvoerbaarheid van het strategische merkadvies vanuit sensitiviteit voor merk, organisatie, directe omgeving en maatschappelijke context. 4. De merkadviseur is in staat informatie te verzamelen en te analyseren die inspiratie, kennis, inzicht en strategische oplossingen opleveren voor het merkadvies 5. De merkadviseur heeft inzicht in de eigen rol, beschikt over de juiste werkhouding, communicatief vermogen en wendbaarheid. 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. De student heeft de open boek toets met minimaal 80% afgerond.
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT
Tentamentype	Inleveren portfolio in HandIn en toelichting in CGI op HAN locatie
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	De student moet een voldoende (5,5 of hoger) behalen op ieder beoordelingscriterium/onderdeel
Tentamenmomenten	Gedurende het semester wordt gemonitord en feedback gegeven op portfolio, proces en voortgang. Het afsluitend assessment wordt georganiseerd in overleg met de betreffende docenten.
Herkansing	eén herkansingsmogelijkheid binnen 10 weken na afloop van het semester in overleg met docent
Duur tentamen	Mondeling assessment 30 minuten
Individueel/groep	individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	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 Brightspace
Ingangseisen	Basiskennis van marketing en/of communicatie. Stage is afgerond. Propedeuse behaald.
Algemene omschrijving	In deze minor wordt de basiskennis van branding en branddesign behandeld, leren de studenten, in groepsverband een merk te analyseren, merkadvies (concept & strategie) uit brengen aan een externe opdrachtgever, waarbij de focus ligt op het leren vormgeven en realiseren van merkactivaties. De minor kent 8 verschillende leerlijnen: DTH – Design Thinking TUT – Tutoring ESS – Branding Essentials WIL – Branding into the Wild PRO – Project DES – Design Basics 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.
Leeruitkomsten	Leeruitkomst 1. De student kent de basistheorie rondom branding, brandactivation, branddesign en Design Thinking 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 Leeruitkomst 3. <u>De student past theorie, uitkomsten van analyse en Design Thinking toe in een praktijksituatie voor een Nederlandse opdrachtgever, door in groepsverband een merkstrategie te bepalen, een merkconcept te bedenken en passende merkactivaties te creëren</u>

	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 groepsgenoten, docenten en opdrachtgever.
Deelnameplicht onderwijs	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).
Maximum aantal deelnemers	25-30
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Merk activatie
Naam Engelstalig	Brand activation
Code Osiris	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	
Beoordelingscriteria	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.
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT-O
Tentamentype	n.v.t.
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	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.
Tentamenmomenten	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
Herkansing	Binnen 2 weken na eerste kans, herkansing kennistoets in P2N of P4N (OW 2.1/4.1)
Duur tentamen	90 minuten
Individueel/groep	individueel en groep (50% groep, 50% individueel)
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.

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

Minor Contentmarketing met AI

Algemene informatie OWE / Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Contentmarketing met AI
Naam cursus lang Engelstalig	Contentmarketing with AI
Naam cursus kort Nederlandstalig	Contentmarketing met AI
Naam cursus kort Engelstalig	Contentmarketing with AI
Code cursus	COMEAI01
Onderwijsperiode	P1N+P2N / P3N+P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding op Brightspace
Ingangseisen cursus	• Stage met een voldoende afgerond; • Basiskennis van marketingcommunicatie en content; • Visuele motivatie voor de minor aangeleverd.
Algemene omschrijving	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. 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? 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. Deze minor borduurt voort op de kennis en vaardigheden die studenten in het 1^e en 2^e jaar van de opleiding Communicatie

	hebben opgedaan tijdens de Webweter (jaar 1), Contentmaker (jaar 1) en Praktijkgerichte Online Communicatie (jaar 2).
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: <u>Koers bepalen</u> • Overzien gevolgen bepaalde ontwikkelingen voor de organisatie en vormgeven beleid voor risico- en crisiscommunicatie. • Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. • Begrijpen relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauijde als organisatiezijde meedenken en adviseren over strategie van de gehele organisatie. • Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie. 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. <u>Draagvlak creëren:</u> • 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. <u>Realiseren:</u> • 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 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. • Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties. 2. Houding • Onderzoekende houding hebben • Plannen & prioriteren • Samenwerken • Innoveren • Verbinden/netwerken • Flexibel zijn • Ethisch besef hebben • Reflecteren 3. Kennen: • (Beeld)taal • Marcom & Accountability • Onderzoekend vermogen • Online Communicatie • Corporate Communicatie • Professional 4. Kunnen: • Onderzoek • Projectmanagement • (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	Het niveau van de student kan alleen beoordeeld worden bij – voldoende aanwezigheid – en actieve bijdrage in opdrachten en contactmomenten tijdens de onderwijstijd, op de stage (adviestrjacet) en andere contactmomenten.
Maximum /minimum aantal deelnemers	24 studenten
Compensatiemogelijkheid	N.V.T.
Verplichte literatuur / beschrijving 'leerstof'	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig [tentamen of deeltentamen]	Portfolio
Naam Engelstalig [tentamen of deeltentamen]	Portfolio
Code OSIRIS [tentamen of deeltentamen]	Toets-01
Omvat de leeruitkomsten	<i>Al hierboven genoemde.</i>
Beoordelingscriteria	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 professionele houding tijdens (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. N.B. Het niveau van de student kan alleen beoordeeld worden bij – voldoende aanwezigheid – en actieve bijdrage in opdrachten en contactmomenten tijdens de onderwijstijd, op de stage (adviestraceut) en andere contactmomenten. Ontvankelijkheidscriteria: • Portfolio is compleet • Voor alle op te leveren producten geldt dat ze moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm. Beoordelingscriteria: • Student bepaalt op strategisch en tactisch niveau wat er nodig is aan contentmarketing om de organisatiedoelen en/of marketingdoelen te behalen. • Student vertaalt een doel/strategie in een uitvoerend plan en/of acties voor contentmarketing. • Student toont in (advies)opdrachten onderzoekend vermogen, ethisch besef, innovatiekracht en is in staat draagvlak te creëren bij opdrachtgever(s). • Student kan samenwerken en laat zien over reflectief vermogen en zelfsturing te beschikken.
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT
Individueel/groep	Individueel
Tentamentype	Handin
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5.5
Tentamenmomenten	P2N of P4N
Herkansing	Één herkansingsmogelijkheid, deadline in overleg met docenten
Duur tentamen	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	Zie studiehandleiding op Brightspace
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	NVT

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 Brightspace
Ingangseisen	Instapvoorwaarden: - HBO stage-ervaring in het communicatieve, journalistieke of commerciële domein van 1 semester; - Basiskennis PR; - Een schriftelijke sollicitatie en motivatie.
Algemene omschrijving	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 ga je hierbij op zoek naar de juiste stakeholders, welke wil je aan je binden en met welke moet je rekeninghouden? 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? Bovenstaande ga je toepassen voor een opdrachtgever, die jou en je groep inhuurt als PR-bureau. Je adviseert hen over het juiste PR-beleid en stelt een PR-plan, met een nieuwsplan en crisiscommunicatieplan op dat ze kunnen inzetten op het door jou bepaalde moment. 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. De wereld van PR vraagt van jou de volgende instelling: Kritische houding Je snapt dat een goede strategie opstellen tijd kost en je alleen met een kritische bril de juiste lijn kunt uitzetten. De waarom-vraag wordt

	je mantra, je verhaal van stevige argumentatie voorzien een automatisme. Je durft ook kritisch naar jezelf te kijken en initiatief te nemen om jezelf te verbeteren, op welk onderdeel dan ook. Durf 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. Nieuwsgierigheid 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. Flexibiliteit/ wendbaarheid 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. Professionaliteit 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. Deze minor is een vervolg op de cursus Overheidsproject in het tweede jaar en de cursus Woordvoerder uit het eerste jaar.
Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: • Koers bepalen: – Overzien gevolgen bepaalde ontwikkelingen voor de organisatie en vormgeven beleid voor risico- en crisiscommunicatie. – Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. – Begrijpen relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauzzijside meedenken en adviseren over strategie van de gehele organisatie. – Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate, publiek). 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. • 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. • 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. – 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. – Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties. 2. Houding (profskills): – Plannen & prioriteren – Samenwerken – Verbinden/netwerken – Flexibel zijn – Reflecteren Leerdoelen: • 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 • 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) • 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. • 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. • 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.
Deelnameplicht onderwijs	Ja, we verwachten voldoende aanwezigheid en betrokkenheid als onderdeel van de professionele houding die programmatisch getoetst wordt.
Maximum aantal deelnemers	25
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	n.v.t.
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.

Tentaminering		
Naam Nederlandstalig	Tentamen PR	Media-optreden
Naam Engelstalig	Exam PR	Media Spokesperson
Code Osiris	TOETS-01	TOETS-02
Omvat de leeruitkomsten	Koers bepalen - Overzien gevolgen bepaalde ontwikkelingen voor de organisatie en vormgeven beleid voor risico- en crisiscommunicatie. - Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. - Begrijpen relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauezijde meedenken en adviseren over strategie van de gehele organisatie. - Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate, publiek). 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.	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.

Beoordelingscriteria	Deze cursus bestaat uit de volgende toetsen: • Tentamen • Media-optredens • PR-plan (incl. nieuwsplan en crisiscommunicatieplan) • Expert-optreden		
	Tentamen PR Je past je PR-kennis toe op casuïstiek en zet dit om in een communicatiecanvas. • Het canvas is volledig • Het canvas bevat voldoende onderbouwing • Het canvas bevat een herkenbare rode lijn • De strategie levert bijdrage aan oplossing vraagstuk • De middelen leveren bijdrage aan oplossing vraagstuk		
	Media-optreden Je treedt op als woordvoerder tijdens een media-optreden en bent in staat je boodschap goed te verwoorden. • Kernboodschappen zijn onderbouwd, doordacht en helder geformuleerd • Q&A is doordacht, relevant en helder geformuleerd • Houding is professioneel en overtuigend • Emotiemanagement is onder controle • Je neemt of herneemt regie in het gesprek • Je hebt oog voor de belangen van relevante stakeholders		
	PR-plan Je creëert een PR-plan inclusief bijbehorende uitvoering/ middelen voor een opdrachtgever. • Advies past bij de analyse • Advies past bij de opdrachtgever • Middelen zijn doelgroepgericht • Middelen bevatten de juiste boodschap/ call to action • Middelen vertonen onderlinge samenhang		
	Expert-optreden Je toont je een expert in de PR-wereld. Dat zien we tweeledig: • Je toont je inhoudelijk expert op een onderdeel van het PR-vakgebied en weet je als zodanig te presenteren en profileren. • Je toont een professionele houding op: • Samenwerken en verbinden • Plannen en prioriteren & flexibel zijn • Reflecteren		
	Vorm(en) tentamen en deeltentamens	KENN	KENN
	Tentamentype	PC	Mondeling: HAN locatie
Weging deeltentamen	30%	30%	
Minimaal oordeel	5,5	5,5	
Tentamenmomenten	P3N	P3N en P4N	
Herkansing	P4N	Eind P3N/P4N i.o.m. docent	

Duur tentamen	120 minuten	20 minuten
Individueel/ groep	individueel	individueel
Toegestane hulpmiddelen	Zie studiehandleiding op Brightspace	Geen

Naam Nederlandstalig	PR-Plan	Expertoptreden
Naam Engelstalig	PR Plan	PR Expert Platform
Code Osiris	TOETS-03	TOETS-04
Omvat de leeruitkomsten	Koers bepalen: - Overzien gevolgen bepaalde ontwikkelingen voor de organisatie en vormgeven beleid voor risico- en crisiscommunicatie. - Vertalen van inzicht in ontwikkelingen in het vakgebied en het medialandschap in Communicatiestrategie. - Begrijpen relatie organisatie-, marketing- en communicatiestrategie en vanuit bureauijke meedenken en adviseren over strategie van de gehele organisatie. - Vertalen organisatiestrategie in communicatiestrategie (corporate, publiek). 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.	Houding (profskills): - Plannen & prioriteren - Samenwerken - Verbinden/netwerken - Flexibel zijn - Reflecteren

	- 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. - Zelf organiseren van concept en/of content, rekening houdend met aspecten van projectmanagement, zoals begrotingen, offertes en evaluaties.	
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT	PRES
Tentamentype	Portfolio met 3 onderdelen: PR-plan, nieuwsplan en crisiscommunicatieplan, in te leveren via Handin	Expertoptreden, mondeling op de HAN, portfolio in te leveren via Handin
Weging deeltentamen	20%	20%
Minimaal oordeel	5,5	5,5
Tentamenmomenten	P3N + P4N (het portfolio wordt tijdens het semester opgebouwd).	P4N
Herkansing	Herkansing eind P4N i.o.m. docent	Herkansing eind P4N i.o.m. docent
Duur tentamen	n.v.t.	45 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
Individueel/ groep	groep	individueel
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.	

Algemene omschrijving OWE/Cursus	
Naam cursus lang Nederlandstalig	Verandercommunicatie: Communicatie – Gedrag – Organisatie
Naam cursus lang Engelstalig	Change communication: Communication – Behaviour - Organisations
Naam cursus kort Nederlandstalig	Verandercommunicatie
Naam cursus kort Engelstalig	Change communication in organisations
Code cursus	VERCOM01
Onderwijsperiode	P1N+P2N / P3N+P4N
Studiepunten	30 EC
Studielast in uren	840
Onderwijstijd (contacturen)	Zie studiehandleiding
Ingangseisen	Afgeronde stage van 30 EC of vergelijkbare ervaring in een organisatie
Algemene omschrijving	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. Je krijgt inzicht in: 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? 2-Hoe organisaties functioneren. Hoe de cultuur, de structuur en het leiderschap elkaar hierin beïnvloeden én 3- Welke rol (interne) communicatie hierin speelt en welke communicatieve technieken je kunt toepassen om de verandering te begeleiden. 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. 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 studenten van andere opleidingen zullen deze terreinen verbredend zijn.

Leeruitkomsten	1. Overkoepelend: Koers bepalen, • Overzien van gevolgen van interne en externe ontwikkelingen voor de organisatie en vormgeven van beleid voor communicatie hierover. • Uit analyse van de organisatie communicatiekansen signaleren en maken van (segmentatie)keuzes die passen bij de organisatiestrategie. • Verbinden van wensen van doelgroepen en organisatiedoelstellingen op basis van strategie 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 in woord en geschrift op een wijze die recht doet aan de belangen van de organisatie. • 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. Realiseren: • De communicatieprofessional kan communicatieproducten, -diensten en -belevingen ontwikkelen, framen en activeren door middel van creatieve, betekenisvolle content en design. • 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. 2. Houding (profskills): • Plannen & prioriteren en • en • Innoveren en • Verbinden/netwerken en • Flexibel zijn en • en • Reflecteren 3. Kennen: • Interne communicatie en • Gedrag en • Onderzoekend vermogen 4. Kunnen: • Onderzoek en
-----------------------	--

	• Projectmanagement en • (Beeld)taal
Deelnameplicht onderwijs	Aanwezigheid wordt verwacht in alle lessen. Aanwezigheid bij de opdrachtgever is in overleg
Maximum/minimum aantal deelnemers	25
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving "leerstof"	Zie studiehandleiding op Brightspace
Verplichte software / verplicht materiaal	Zie studiehandleiding op Brightspace

Tentaminering	
Naam Nederlandstalig	Portfolio
Naam Engelstalig	Portfolio
Code OSIRIS	TOETS-01
Omvat de leeruitkomsten	Alle van hierboven.
Beoordelingscriteria	In je portfolio laat je een selectie van al je werk in de minor zien, overzichtelijk gebracht en voorzien van een toelichting, zodat al het volgende zichtbaar wordt: Leeruitkomst 1: Inhoud • Context - Met mijn projectgroep bepaal ik een startpunt voor het adviestraject. • Analyse - Met mijn projectgroep analyseer ik kansen om het doelgedrag te stimuleren. • Strategie - Met mijn projectgroep stel ik een strategie op om het doelgedrag te stimuleren. • Interventies - Met mijn projectgroep werk ik concrete interventies uit die het doelgedrag stimuleren en bijdragen aan de doelstellingen. Leeruitkomst 2: Transfer • Ik zorg voor verbreding of verdieping middels een eigen adviesopdracht en maak de vertaalslag naar mijn eigen vakgebied. Leeruitkomst 3: Uitvoering & Draagvlak • Ik voer onderdelen van de adviescyclus uit. • Ik zorg voor draagvlak bij relevante spelers. Leeruitkomst 4: Professionele vaardigheden • Plannen en prioriteren – ik schep de juiste voorwaarden om het doel van het adviesproces te bereiken. • Innoveren – ik gebruik creatieve manieren en zet door om het doel van het adviesproces te bereiken. • Flexibel zijn – ik kan verschillende adviesrollen aannemen om het doel van het adviesproces te bereiken. • Verbinden – ik schep een sfeer die bevorderlijk is voor het adviesproces. • Reflecteren – ik heb het vermogen mijzelf te (blijven) ontwikkelen met het doel van het adviesproces voor ogen.
Vorm(en) tentamen en deeltentamens	PORT

Tentamentype	Schriftelijk via HandIn en toegelicht tijdens een CGI
Weging deeltentamen	100%
Minimaal oordeel	5,5
Tentamenmomenten	P2N en P4N
Herkansing	Één herkansingsmogelijkheid binnen 10 weken na afloop van het semester
Duur tentamen	n.v.t.
Individueel/groep	Individueel
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Geen

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