HAN_UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bijlage 1

Beschrijving van het onderwijs

Communicatie

(H9 uit de Onderwijs- en examenregeling voor Bacheloropleidingen)

Inhoudsopgave

9 . Ŝ ă Ŏ ĸ NJ ƛ ƨ Ø ƛ ƴ Ǝ Ø ǀ ƴ ĸ Ŝ ű 2 ƴ Ř Ŝ NJ ó ƛ ƨ ă ó Ř Ŝ h ² 9 Ǫ ă ú 4

Samenstelling propedeutische fase (voltijd) 4

Samenstelling postpropedeutische fase (voltijd) 6

Samenstelling Honoursprogramma (jaar 3 en 4) 8

9.1 Onderwijseenheden van de propedeuse 9

A-cluster 9

Merkenbouwer Kennis AMK 9

Merkenbouwer Integraal AMI 11

Webweter Kennis AWK 14

Webweter Integraal AWI 16

Doelgroepkenner Kennis ADK 18

Doelgroepkenner Integraal ADI 20

Organisatieontdekker Kennis AOK 23

Organisatieontdekker Integraal AOI 25

B-cluster 28

Contentmaker Kennis BMK 28

Contentmaker Integraal BMI 30

Woordvoerder kennis BWK 34

Woordvoerder integraal BWI 36

Onderzoeker 1 BOK 40

Onderzoeker 2 BOP 44

De Professional BNE 48

IT1 Integrale toets 1 Propedeuse voltijd CO 51

9.2 Onderwijseenheden van de postpropedeuse 54

C-Cluster 54

Non-profit CNA 54

Non-profit CNI 59

Stage online CSO 63

D-Cluster 67

Bootcamp DBT 67

Adviesbureau DAB 71

CO bureau DCB 76

Internationale Marketing en Communicatie DIM 79

E-Cluster 83

Stage regulier EST 83

Stage ESTN vernieuwd pilot 87

G-Cluster 90

GKM Keuzemodule (september & februari) 90

GCA Campagneproject (instroom september) 104

GKM Keuzemodule (februari 2021) 108

H-Cluster 115

HAO Afstudeeropdracht (IT3) 115

HAP Afstudeerproject (IT3) 118

9.3 Minoren van de opleiding ... 121
MBR Minor Brandmanagement verdiepend ... 121
MBR Minor Brandmanagement verbredend ... 124
MDC Minor Digital Communication ... 126
MPR Minor Public Relations & Mediarelaties ... 130
Minor Verandercommunicatie ... 135

9.4 Afstudeerrichtingen ... 139

9.5 Honours, talenten- Ŝ y˝ ă Ŏ K ł· ł Ŝ f LJNJ 2 . ∃ NJ l . . Y . Y . l . . Ω ă ... 140
9.5.1 I 2 y˝ 2 dzNJ ă LJNJ 2 . ∃ NJ l . . Y . Y . l . . Ω ă ... 140
Honours Business Analytics - onderdeel van het honoursprogramma (HBDA) ... 140
Honours Communications, Uncertainty and Complexity - onderdeel van het honoursprogramma (HCUC) ... 143
Honours Strategisch Communicatiebeleid - onderdeel van het honoursprogramma (HSCP) ... 148
Honours Innoveren in de Praktijk - onderdeel van het honoursprogramma (HINP) ... 151
Honours Academic Skills - onderdeel van het honoursprogramma (HACS) ... 155
Honours Professional Skills I - onderdeel van het honoursprogramma (HPS I) ... 158
Honours Afstudeerpaper - onderdeel van het honoursprogramma (HAOZ) ... 161
Honours Professional Skills II - onderdeel van het honoursprogramma (HPS II) ... 164

9 Beschrijving van het onderwijs (de OWEô)s

In hoofdstuk 9 (H9) is het onderwijs van jouw opleiding beschreven in de vorm van een curriculumoverzicht en beschrijving van de onderwijseenheden, te beginnen bij de onderwijseenheden van de propedeuse, daarna die van de postpropedeuse, waarbij ook is aangegeven of er sprake is van keuzeonderwijseenheden, en tot slot die van de minoren. Daarna zijn de OWEô beschreven van de e x t r a p r o.g r a mma ô s

Samenstelling propedeutische fase (voltijd)

*Alleen voor studenten gestart **vanaf** september 2017*

Voltijd	A-cluster	B-cluster
Propedeuse Niveau 1	Merkenbouwer - AMK Kenni 2,5 studiepunten	Contentmaker BMK Kennis 2,5 studiepunten
	Merkenbouwer - AMI Integ 5 studiepunten	Contentmaker - BMI Integraa 5 studiepunten
	Webwetenschap - AWK Kennis 2,5 studiepunten	Woordvoerder BWK Kennis 2,5 studiepunten
	Webwetenschap - AWI Integraal 5 studiepunten	Woordvoerder - BWI Integraa 5 studiepunten
	Doelgroepkenner - ADK Ke 2,5 studiepunten	Onderzoeker - BOK 1 5 studiepunten
	Doelgroepkenner In 5 studiepunten	Onderzoeker - BOP 2 7,5 studiepunten
	Organisatieontwerper - AOK 2,5 studiepunten	De Professional - BSN 2,5 studiepunten
	Organisatieontwerper - AOI 5 studiepunten	Integraal Toets 1 Proeve van Bekwaamhei

*Alleen voor studenten gestart **vóór** september 2017*

Voltijd	A-cluster	B-cluster
Propedeuse Niveau 1	Marketing Basis 1 - AMM1 5 studiepunten	Marketing Basis 2 - BMO2 5 studiepunten
	Marketingcommunicatie Basis 2 - AMM2 5 studiepunten	Marketingcommunicatie 2 - BMO2 2,5 studiepunten
	Business & Onderzoek 1 - Bedrijfseconomie - ABO1 2,5 studiepunten	Communicatie theorie - COMMUN1 7,5 studiepunten
	Business & Onderzoek 1 - ABO2 2,5 studiepunten	Belevingsonderzoek (BOZ) 7,5 studiepunten
	De professional - ADP1 7,5 studiepunten	Integraal Traject 1 - IT1 Proeve van Bekwaamheid
	Taal en Cultuur - Nederlands 1 - ATC1 2,5 studiepunten	Taal en Cultuur - Nederlands 3 en 4 - BTC1 2,5 studiepunten
	Taal en Cultuur - Engels 1 - ATC2 2,5 studiepunten	Taal en Cultuur - Engels 3 en 4 - BTC2 2,5 studiepunten
	Taal en Cultuur - Nederlands 1 en 2 - ATC7 2,5 studiepunten	Taal en Cultuur ENG-CO-BTC7 2,5 studiepunten

Samenstelling post-propedeutische fase (voltijd)

*Alleen voor studenten gestart met de hoofdfase **vanaf** september 2019*

<table>
<tr><td>Voltijd</td><td></td><td></td><td>stp</td></tr>
<tr><td>Jaar 2</td><td>C-cluster Niveau 2</td><td>D-cluster Niveau 2</td><td>60</td></tr>
<tr><td rowspan="4"></td><td>Non Profit ï CNA
8 studiepunten</td><td>Adviesbureau ï DAB
10,5 studiepunten</td><td rowspan="4"></td></tr>
<tr><td>Non Profit ï CNI
8 studiepunten</td><td>CO Bureau ï DCB
7,5 studiepunten</td></tr>
<tr><td colspan="2">Bootcamp - DBT*
3 studiepunten</td></tr>
<tr><td>Stage Online - CSO
12,5 studiepunten</td><td>Internationale Marketing en Communicatie ï DIM
10,5 studiepunten</td></tr>
<tr><td>Jaar 3</td><td>E-cluster Niveau 2</td><td>F-cluster Niveau 2 of 3</td><td>60</td></tr>
<tr><td></td><td>ESTN Stage Nederland / buitenland
30 studiepunten</td><td>Minor/ studie buitenland
30 studiepunten</td><td></td></tr>
<tr><td>Jaar 4</td><td>G-cluster Niveau 3</td><td>H-cluster Niveau 3</td><td>60</td></tr>
<tr><td></td><td>Nieuw onderwijs
30 studiepunten</td><td>Afstudeerproject
30 studiepunten</td><td></td></tr>
</table>

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

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

Voltijd			stp
Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
	Mediaproductie ï CMDV 12,5 studiepunten	Pijlers van Communicatieï DCPV 20 studiepunten	
	Kwalitatief Onderzoek ï COZ1V 10 studiepunten	Communicatie game ï DGMV 5 studiepunten	
	Taal & Cultuur TC3V-TCO1AV 7,5 studiepunten	Taal & Cultuur TC4V ï TCO1BV 5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
	EST Stage Nederland / buitenland 30 studiepunten	Minor/ studie buitenland 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
	Campagne Project ï GCA-TUT 7,5 studiepunten	Afstudeeropdracht ï HAO 30 studiepunten *of* Afstudeeropdracht HAP** 30 studiepunten	
	Keuzemodule- GKM 22,5 studiepunten		

Of

Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
	Mediaproductie ï CMD 15 studiepunten	Pijlers van Communicatieï DCP 17,5 studiepunten	
	Kwalitatief Onderzoek ï COZ1 10 studiepunten	Communicatie game ï DGM 7,5 studiepunten	
	Taal & Cultuur TCO 1A & 2A 5 studiepunten	Taal & Cultuur TCO 1B & 2B 5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
	EST Stage Nederland / buitenland 30 studiepunten	Minor/ studie buitenland 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
	Pilot onderzoek 7,5 studiepunten	Afstudeeropdracht ï HAO 30 studiepunten *of* Afstudeeropdracht HAP* 30 studiepunten	
	Keuzemodule- GKM 22,5 studiepunten		

*nieuwe afstudeertraject waarmee we in februari 2021 een pilot gaan draaien met een vooraf geselecteerde groep studenten.

Samenstelling Honoursprogramma (jaar 3 en 4)

Jaar 1 (vindt plaats in 3e studiejaar, E- en F-cluster))

Trimester 1	Trimester 2	Trimester 3
Honours Business Analytics HBDA - 5 stp.	Honours Communications, Uncertainty and Complexity HCUC ï 5 stp. óf Honours Strategisch communicatiebeleid HSCP ï 5 stp.	Honours Innoveren in de Praktijk HINP - 5 stp.

Jaar 2 (vindt plaats in 4e studiejaar, G- en H-cluster)

G-cluster	H-cluster
Honours Academic Skills HACS - 7,5 stp. óf Honours Professional Skills I HPS I - 7,5 stp.	Honours Afstudeerpaper HAOZ - 7,5 stp. óf Honours Professional Skills II HPS II - 7,5 stp.

9.1 Onderwijseenheden van de propedeuse

A-cluster

Merkenbouwer Kennis AMK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Merkenbouwer Kennis
Code onderwijseenheid	AMK
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 1
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Contacturen: 9 Uren voorbereiding/zelfstudie: 61 **Totale studentbelasting (uren): 70**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je hebt kennis van en inzicht in de basisstappen van een marketingcommunicatieplan.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Body of Knowledge: 2. Marketing communicatie
Algemene omschrijving	Je hebt kennis van en inzicht in de basisstappen van een marketingcommunicatieplan en communicatiemiddelen.
Samenhang	n.v.t.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Hoorcolleges
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	Floor, Van Raaij & Bouwman. Marketingcommunicatiestrategie (7e druk).
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Je toont kennis en begrip in de volgende componenten voor het maken van een marketingcommunicatieplan in die volgorde: 1. Merk 2. Doelgroep 3. Concurrentie 4. Doelstelling *5.* Strategie *6.* Middelen 7. Budget en regelgeving
Naam deeltentamen	Kennistoets Merkenbouwer Kennis
Code deeltentamen	AMKMER1A.2
Tentamenvorm	PC tentamen
Individueel / groep	Individuele beoordeling
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T1
Herkansing	T1
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Toetscode AMKMER1A.1 gewijzigd in AMKMER1A.2
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Merkenbouwer Integraal AMI

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Merkenbouwer Integraal
Code onderwijseenheid	AMI
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 1
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 5 EC** Contacturen: 36 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 104 **Totale studentbelasting (uren): 140**
Ingangseisen	N.v.t.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je creëert een storyboard op basis van een communicatieplan en een reclameverhaal.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context & Strategie 3. Concept & Creatie Body of Knowledge: 2. Marketing communicatie 3. Media & Concepting 4. Onderzoek 6a. Nederlandse taal
Algemene omschrijving	Je maakt bij AMIKEN een marketingcommunicatieplan en analyseert daartoe het merk, de doelgroep en de concurrentie. Bij Engels maak je een analyse van het brand design. Je formuleert vervolgens een passende positionering en vertaalt deze bij Nederlands in een reclameverhaal. Vanuit het reclameverhaal wordt bij design een storyboard ontwikkeld en vormgegeven. Bij AMIPROF onderzoek je jouw kern waarden en identiteit aan ikô.
Samenhang	OWE Merkenbouwer Kennis (AMK)
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Hoor- en werkcolleges in groepen van ongeveer 5 studenten.
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	Floor, Van Raaij & Bouwman. Marketingcommunicatiestrategie (7e druk).
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.

Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering			
Beoordelingscriteria			
AMIKEN1A.7	Marketingcommunicatieplan ¶ een volledige analyse van een merk en ¶ alle onderdelen van een marketingcommunicatieplan zijn juist ingevuld.		
AMIVER1A.7	Reclameverhaal ¶ creëert op basis van de positionering een reclameverhaal, waarbij de tekst begrijpelijk is, aandacht vasthoudt, beschrijvend is van aard en een goede schriftelijke vertaling is van het merk.		
AMIDES1A.7	Storyboard ¶ vertaalt de positionering en het reclameverhaal door naar een storyboard (groepswerk) waarin de visuele identiteit duidelijk herkenbaar is en bewerkt beeld (individueel) d.m.v. Photoshop.		
Naam deeltentamen	Merkenbouwer Integraal | Marketingcommunicatieplan	Merkenbouwer Integraal | Reclameverhaal	Merkenbouwer Integraal | Storyboard
Code deeltentamen	AMIKEN1A.7	AMIVER1A.7	AMIDES1A.7
Tentamenvorm	Project	Project	Project
Individueel / groep	Groepsbeoordeling	Groepsbeoordeling	Groepsbeoordeling en individuele beoordeling
Aantal examinatoren	1 per klas	1 per klas	1 per klas
Tentamenmoment	Optie 1: OW 1.4 of 1.7 Optie 2: OW 2.9	Optie 1: OW 1.4 of 1.7 Optie 2: OW 2.9	Optie 1: OW 1.4 of 1.7 Optie 2: OW 2.9
Herkansing	in overleg met de docenten, uiterlijk week 2.9	in overleg met de docenten, uiterlijk week 2.9	in overleg met de docenten, uiterlijk week 2.9
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen			
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5.5
Weging	60%	15%	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldings termijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien

	toelichting van docent (op afspraak).	gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Corporate story wordt reclameverhaal
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Webweter Kennis AWK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Webweter Kennis
Code onderwijseenheid	AWK
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 1
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Aantal klokuren Contacturen: 9 Uren voorbereiding/zelfstudie: 61 **Totale studentbelasting (uren): 70**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je begrijpt de rol van de website en online marketing tools binnen de middelenmix en weet hoe je deze effectief kan inzetten.
Eindkwalificaties	LOCO kwalificaties 2018 2. Doelgroep & Gedrag 3. Concept & Creatie Body of Knowledge: 2. Marketing communicatie 4. Onderzoek
Algemene omschrijving	Je krijgt kennis en begrip op de vo ¶ Marketing ¶ Online marketing ¶ Online marketingcommunicatie ¶ AIDA ¶ Cialdini ¶ HTML ¶ CMS ¶ Zoekmachinemarketing ¶ Conversie-optimalisatie ¶ Digital analytics
Samenhang	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.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Interactief hoorcollege met oefeningen

Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	Basisboek Online Marketing - Visser & Sikkenga
Verplichte software / verplicht materiaal	DiSC-profiel
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Je hebt kennis en begrip op de vol ¶ 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.
Naam deeltentamen	Webweter Kennis
Code deeltentamen	AWKWEB1A.1
Tentamenvorm	Schriftelijk tentamen
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T1
Herkansing	T1
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Webweter Integraal AWI

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Webweter Integraal
Code onderwijseenheid	AWI
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 1
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 5 EC** Contacturen: 36 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 104 **Totale studentbelasting (uren): 140**
Ingangseisen	n.v.t.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je kan een website bouwen en vullen met SEO-proof content.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 3. Concept & Creatie Body of Knowledge: 6a. Nederlandse taal
Algemene omschrijving	Tijdens deze module maak je een eigen website met WordPress als content management systeem. De webteksten zijn doelgroepgericht, passend bij het medium en SEO-proof. Bij Interpreting tutorials verwerk je de informatie uit een video tutorial naar een Engelse tekst. Bij de Professional leer je hoe je te profileren richting externe organisaties en leert netwerken.
Samenhang	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.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Werkcolleges voor het bouwen van de website Toepassingscolleges om te oefenen met online marketingtools
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	Basisboek Online Marketing ï Visser & Sikkenga
Verplichte software / verplicht materiaal	DiSC-profiel

Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering		
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood.	
AWIWEB1B.7	WordPress website wordt beoordeeld op: ¶ Technisch in orde & gebruiksvriendelijk ¶ Professionele opmaak ¶ Effectieve content	
AWIWEB1A.5	Webtekst ¶ Professionele tekst ¶ Voldoet aan eigenschappen webtekst ¶ Nederlands taalgebruik	
Naam deeltentamen	Webweter Integraal	Webweter Integraal webtekst
Code deeltentamen	AWIWEB1B.7	AWIWEB1A.5
Tentamenvorm	Project	Inleveropdracht
Individueel / groep	Individuele beoordeling	Individuele beoordeling
Aantal examinatoren	Minimaal 1	Minimaal 1
Tentamenmoment	Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7	Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7
Herkansing	Binnen het semester i.o.m. de docenten	Binnen het semester i.o.m. de docenten
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)	5,5 (op alle onderdelen)
Weging	75%	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Doelgroepkenner Kennis ADK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Doelgroepkenner Kennis
Code onderwijseenheid	ADK
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 2
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Contacturen: 13,5 Uren voorbereiding/zelfstudie: 56,5 **Totale studentbelasting (uren): 70,0**
Ingangseisen	n.v.t.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je kan een doelgroep segmenteren, onderzoek doen naar deze doelgroep en op basis van dit onderzoek een communicatie-uiting voor die doelgroep creëren.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 2. Doelgroep & Gedrag 3. Concept & Creatie Body of Knowledge: 2. Marketing communicatie 3. Media & Concepting
Algemene omschrijving	In deze module verkrijg je kennis die nodig is om een doelgroep te segmenteren en om de bij de doelgroep passende communicatie- en media mix te selecteren.
Samenhang	n.v.t.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	30
Compensatiemogelijkheid	Nee
Activiteiten en/of werkvormen	De colleges bestaan uit een mix van hoor- en werkcolleges.
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	K. Floor, F. van Raaii, & M. Bouwman (2015). Marketingcommunicatiestrategie, 7e druk, Noordhoff Uitgevers.
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	¶ Je hebt kennis van en inzicht de manier waarop doelgroepen gesegmenteerd kunnen worden ¶ Je hebt kennis van en inzicht in media en (marketing)communicatiemix ¶ Je hebt kennis van en inzicht in creatieve ontwikkeling
Naam deeltentamen	Doelgroepkenner Kennis
Code deeltentamen	ADKDOE1A.1
Tentamenvorm	Schriftelijk
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T2
Herkansing	T2
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100% van de OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Doelgroepkenner Integraal ADI

<table>
<tr><th colspan="2">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Doelgroepkenner Integraal</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>ADI</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 2</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 5 EC

<table>
<tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr>
<tr><td>Contacturen</td><td>30</td></tr>
<tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>110</td></tr>
<tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>140</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>n.v.t.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">2. Inhoud en organisatie</th></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je kan een doelgroep segmenteren, onderzoek doen naar deze doelgroep en op basis van dit onderzoek een communicatie-uiting voor die doelgroep creëren.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
2. Doelgroep & Gedrag
3. Concept & Creatie

Professional Skills:
1. Onderzoekend vermogen
3. Samenwerken
4. Reflectief vermogen
7. Wendbaarheid

Body of Knowledge:
2. Marketing communicatie
3. Media & Concepting
4. Onderzoek
6a. Nederlandse taal
6b. Engelse taal</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>In deze module voer je in een team van 4 personen onderzoek naar doelgroepen uit ten behoeve van een marketingcommunicatievraagstuk.

Met behulp van kennis over het segmenteren van doelgroep, kom je tot een zinvol segment en analyseer je de Excel data over dit segment (er wordt o.a. gekeken naar sociaal demografische, psychografische kenmerken en mediagedrag van de doelgroep). Deze data verrijk je met behulp van internetbronnen over het doelgroepsegment. De resultaten vertaal je in een beschrijving van je doelgroep en je stelt een profiel</td></tr>
</table>

	(persona) op van een typische representant van dat doelgroepsegment. Voor het doelgroepsegment ontwerp je een marketingcommunicatiemiddel o.b.v. je onderzoek, die de doelgroep in tekst en beeld aanzet tot actie Tijdens het project kun je_communicatieve en samenwerkingsvaardigheden inzetten om effectief en efficiënt samen te werken, je hebt inzicht in eigen planningsstijl en kan sterktes en zwaktes daarbij benoemen, ook kan je (eigen) grenzen en valkuilen aangeven.
Samenhang	n.v.t.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	30
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Werkcolleges
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	K. Floor, F. van Raaii, & M. Bouwman (2015), Marketingcommunicatiestrategie, 7e druk. Noordhoff Uitgevers
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoende aan de richtlijnen van A. TaalCOde Rood en het B. APA-alarm. C. Alle Excelopdrachten moeten zijn uitgevoerd en afgevinkt
ADIANA1A.7 (Persona + rapport)	*Rapport + persona (ADIANA) 60%* ¶ Segmentatietheorie herkenbaar gebruikt ¶ Beschrijving is herleidbaar naar (voldoende) bronnen en data ¶ Rapportage is duidelijk, samenhangend en verzorgd ¶ Persona is representatief voor segment ¶ Beschrijving persona is leesbaar, duidelijk en verzorgd.
ADIREC1A.5 (Reclamemiddel, NL)	*Reclamemiddel (ADIREC) 20%* ¶ Passend bij segment en persona ¶ Tekst is begrijpelijk ¶ Tekst is overtuigend en zet aan tot actie ¶ Tekst en beeld hangen samen ¶ Nette uitvoering (voorwaardelijk)
ADIPROF1A.6 (Samenwerking, PROF)	*Samenwerking (ADIPROF) 10%* ¶ Communicatieve en samenwerkingsvaardigheden zijn effectief en efficiënt
ADISTO1A.5 (Storywriting, ENG)	*Story writing (ADISTO) 10%* ¶ Aangereikte literatuur over CRM data t.b.v. marketingcommunicatie is correct samengevat voor een buitenlandse partner ¶ Resultaatbeschrijving van het onderzoek is helder omschreven (met inleiding, kern en slot)

	¶ De gebruikte informatie is herleidbaar naar bronnen door juist gebruik van APA in het Engels ¶ Engelse spelling, idioomgebruik en grammatica (ERK B2) zijn correct toegepast			
Naam deeltentamen	Doelgroepkenner Integraal			
Code deeltentamen	**ADIANA1A.7**	**ADIREC1A.5**	**ADIPROF1A.6**	**ADISTO1A.5**
Tentamenvorm	Project	Project	Project	Project
Individueel / groep	Groep	Individueel	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenmoment	Optie 1: OW 2.4 Optie 2: OW 2.7			
Herkansing	In overleg met de docent in OW 2.10.			
Duur tentamen	n.v.t.			
Toegestane hulpmiddelen				
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)			
Weging	60%	20%	10%	10%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.			
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).			

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Organisatieontdekker Kennis AOK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Organisatieontdekker Kennis
Code onderwijseenheid	AOK
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 2
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5. EC** Contacturen: 18 Uren voorbereiding/zelfstudie: 52 **Totale studentbelasting (uren): 70**
Ingangseisen	Je hebt een meeloopstage gedaan (bij derdejaars communicatiestudent) gedurende een periode van vijf dagen.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je brengt een organisatie in kaart en ontwikkelt passende interne communicatiemiddelen.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context & Strategie Body of Knowledge: 1. Corporate communicatie
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.
Samenhang	In deze module vergaar je kennis die je toepast bij Organisatieontdekker Integraal. (OWE AOI) De inhoud van de kennislessen geeft inzicht in de organisatie waar de stage plaats heeft gevonden en hiermee inzicht in het functioneren van organisaties in het algemeen.
Deelnameplicht onderwijs	Deelname is facultatief
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Het betreft interactieve colleges waar een voorbereidende inspanningsverplichting gewenst is. De lessen zijn ingericht als werkcolleges, waar de stof verdiepend aangeboden wordt ten opzichte van de door de voorbereiding opgedane kennis. Dit doen we in de vorm van: - Het maken van analyses ter plekke (in groepen) - Het doen van rollenspellen om abstracte stof te kunnen duiden - Fotoweergave buiten het leslokaal om communicatiemiddelen te kunnen koppelen aan de stof - Discussies ten aanzien van stellingen

	- Onderwijsleergesprekken - Een game waarin analyse doorvertaald wordt naar advies ten aanzien van een realistische, relevante casus.
Verplichte literatuur/ beschrijving	- Reijnders, E., Hogendoorn, M., Koning, A., De Laat, C. & Van Silfhout, L. (2015) *Basisboek Interne Communicatie* (geheel herziene 8e druk). Assen: Van Gorcum - Verder zijn de powerpoints van
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Je hebt kennis en begrip van organisatiemodellen over structuur, cultuur, leiderschapsstijl en van 1.0 naar 3.0 organisaties. Je hebt kennis en begrip van interne communicatie.
Naam deeltentamen	Organisatieontdekker Kennis
Code deeltentamen	AOKORG1A.1
Tentamenvorm	Schriftelijk tentamen
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T2
Herkansing	T2
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Organisatieontdekker Integraal AOI

<table>
<tr><th colspan="2">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Organisatieontdekker Integraal</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>AOI</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 2</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 5 EC

<table>
<tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr>
<tr><td>Contacturen</td><td>28,5</td></tr>
<tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>111,5</td></tr>
<tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>140</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>Je hebt een meeloopstage gedaan (bij derdejaars communicatiestudent) gedurende een periode van vijf dagen.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">2. Inhoud en organisatie</th></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je brengt een organisatie in kaart en ontwikkelt passende interne communicatiemiddelen.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
1. Context & Strategie
3. Concept & Creatie

Professional Skills:
1. Onderzoekend vermogen
4. Reflectief vermogen

Body of Knowledge:
1. Corporate Communicatie
4. Onderzoek</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Op basis van de ervaringen in de stage 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.

Theoretische en persoonlijke inzichten worden verwerkt in een analyse, een vlog, beide gepresenteerd aan de subgroep. Hiernaast maak je communicatie uitingen bestemd voor de interne organisatie.

Bij de persoonlijke professionele ontwikkeling ga je aan de slag met het opstellen van realistische doelen (haalbaarheid) voor de stage, het prioriteren hiervan en het hier proactief naar handelen. Je kan omgaan met externe veranderingen, aanhaken bij wat er gebeurt in de omgeving en stageorganisatie en kan hier flexibel mee omgaan. Na de stage reflecteer je op jouw handelen tijdens de stage en op jouw handelen in de</td></tr>
</table>

	eerste modules van de opleiding. Je kan feedback vragen en geven en bent je bewust van eigen (subjectieve) denken, handelen en (professionele) houding.
Samenhang	In deze module pas je kennis toe die je vergaart bij de OWE Organisatieontdekker Kennis. (AOK)
Deelnameplicht onderwijs	Deelname is facultatief
Maximumaantal deelnemers	6 studenten per tutorgroep, maximaal 6 tutorgroepen per klas
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Tijdens de ingeplande tutormomenten wordt de theorie uit de kennislessen besproken en toegepast op de stageorganisatie. Binnen de tutorgroep is gekozen voor zeer diverse organisaties, zodat de je ook zicht krijgt op de gang van zaken in een ander type organisatie. De tutor bepaalt de verschillende werkvormen. Aan de orde komen: - Discussies - Uitwisseling van ervaringen (bin tutorgroep)
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	Del eerst of uit AOK is leidend, in ov theorieô toevoegen aan de analyse
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t. je bent vrij om te bepalen in welk programma hij het vlog maakt.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoende aan de richtlijnen van A. TaalCOde Rood en het B. APA-alarm *Analyse van de organisatie, inclusief posts op interne media (45%)* ¶ Alle gegeven modellen worden correct toegelicht/ingevuld voor de organisatie ¶ Rapport bevat toelichting op eigen prestatie, reflectie op vooraf verwachte leer- en werkdoelen en reflectie op de verworven inzichten over de verschillende organisaties uit de subgroep. ¶ De posts op interne media zijn toegevoegd aan het rapport, sluiten in vorm én inhoud aan bij de analyseresultaten *Vlog (20%)* ¶ Voldoet aan de vormeisen: o 1 minuut o Bepaalde edit technieken zijn toegepast o Minstens 3 shots o Gebruik van leader en bumper o Gebruik captions/supers o Gebruik (achtergrond) muziek ¶ Voldoet aan inhoudelijke eisen: o geeft beeld van de organisatie

	o toont eigen mening student over organisatie o bruikbaar door/voor organisatie *Presentatie (35%)* ¶ Vormeisen: o Max 10 minuten presentatie o Logische opbouw o Aantrekkelijke opening o Overtuigend o Verstaanbaar o Non-verbale elementen ¶ Inhoudelijke eisen: o Presentatie geeft inzicht in persoonlijke ontwikkeling door de stage. o Kan vanuit theorie beargumenteerd antwoord geven op vragen over de organisatie o Kan de persoonlijke professionele ontwikkeling toelichten.
Naam deeltentamen	Organisatieontdekker Integraal
Code deeltentamen	AOIORG1A.7
Tentamenvorm	Project
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	Voor alle studenten (optie 1 en optie 2) is het toetsmoment in OW 2.8
Herkansing	Binnen het semester i.o.m. de beoordelende docent
Duur tentamen	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens Het toetsmoment is automatisch geroosterd in OW 2.8
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	N.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	N.v.t.

B-cluster

Contentmaker Kennis BMK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE) en code	Contentmaker Kennis (BMK) code: BMKCON
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 3
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Contacturen: 9 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 61 klokuren **Totale studentbelasting (uren): 70**
Ingangseisen	Geen.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	De student kan met behulp van ondersteunende theorie een contentkalender opstellen of beoordelen en doelgroepgerichte, relevante content produceren en bepalen.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 2. Ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid 5. Representeren
Algemene omschrijving	Binnen deze module leren studenten theoretische kennis over relevante onderwerpen om content te maken. Zoals nieuwe media, crossmediale communicatie, online medialandschap, social business, contentstrategie, trends, trendwatching en interactiviteit.
Samenhang	De kennis en theorie die behandeld wordt in de kenniscolleges, wordt toegepast in de integrale colleges. Deze integrale colleges omvatten de thema's Contentkalender, Nederlands
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	
Activiteiten en/of werkvormen	De kenniscolleges bestaan uit hoorcolleges, afgewisseld met opdrachten over de behandelde theorie en kennis in deze hoorcolleges.
Verplichte literatuur/ beschrijving ñ l e e r s t o f	De Waij, A. (2017). *Content! Zuurstof voor je klanten* (1e druk). Culemborg: Van Duuren Management
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	De studenten toont kennis en inzicht in ¶ Nieuwe media, crossmediale communicatie, online medialandschap, social business, contentstrategie, trends, trendwatching 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.
Naam deeltentamen	Contentmaker Kennis
Code deeltentamen	BMKCON1A.1
Tentamenvorm	Schriftelijk tentamen
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T3
Herkansing	T3
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	Geen.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Studenten worden via email geattendeerd op het aanmelden voor het deeltentamen. De aanmeldingstermijn is een aantal weken voorafgaand aan de toetsperiode.
Nabespreking en inzage	In de week na het schriftelijk tentamen is er een mogelijkheid tot inzage. Het moment van inzage wordt gedeeld op Follio.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Contentmaker Integraal BMI

<table>
<tr><th colspan="2">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Contentmaker integraal</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>BMI</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 3</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 5 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>36</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>104</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>140</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>Geen</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">2. Inhoud en organisatie</th></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je kan een contentkalender opstellen en daarbij passende content produceren.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
1. Context & Strategie
2. Doelgroep & Gedrag
3. Concept & Creatie
4. Planning & Organisatie

Professional Skills:
1. Onderzoekend vermogen
2. Innovatie kracht
4. Reflectief vermogen
6. Ethisch besef

Body of Knowledge:
6a. Nederlandse taal
6b. Engelse taal</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Binnen deze OWE ga je werken aan de creatie van content op basis van een doordachte strategie. Content kan bestaan uit tekst, foto of video. In een wereld van informatie-overload is relevante content meer dan belangrijk om op te vallen en om doelgroepen te bereiken. 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</td></tr>
</table>

	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 dit doelgroepgericht over te brengen.
Samenhang	De kennis en theorie die behandeld wordt in de kenniscolleges (BMKCON), wordt toegepast in de integrale colleges. Deze integrale colleges omvatten de themaôs Conten Design en de professional.
Deelnameplicht onderwijs	Geen deelnameplicht. De student wordt wel aangeraden i.v.m. de complexiteit en samenhang van de lessen binnen de OWE aanwezig te zijn.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	De colleges van BMICON bestaan uit voornamelijk werkcolleges die ingeleid worden met theorie.
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	De Waij, A. (2017). *Content! Zuurstof voor je klanten* (1e druk). Culemborg: Van Duuren Management
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm.
BMICON1A.7	Contentkalender inclusief verantwoording (50%) ¶ Je creëert gestructureerd 7 contentuitingen met behulp van een contentkalender en Content Marketing Canvas ¶ Je beoordeelt adequaat mediakanalen op de bruikbaarheid om daar jouw content te plaatsen ¶ Je koppelt beargumenteerd content aan een doelgroep (personaôs) en mediabronnen, i Content inclusief verantwoording: ¶ Content is relevant voor de bepaalde doelgroep (persona) ¶ Content is efficiënt en aantrekkelijk geschreven/gemaakt ¶ Content is divers binnen de customer journey
BMITEK1A.5	Nederlandse content (10%) ¶ Doelgroepgericht, effectief en aantrekkelijk schrijven
BMIDES1A.5	Design (10%) ¶ Creatief concept verbeelden met behulp van Photoshop
BMITEX1A.5	Engelse content (10%) ¶ Begrijpelijk Engels schrijven ¶ ERK B2-niveau ¶ Passend bij doelgroep en mediakanaal

BMIPROF1A.8	Professionele competenties (20%) ¶ Leerdoelen formulerenen passende activerende werkvorm ¶ Logische opbouw en verantwoording bronnen ¶ Peerfeedback.		
Naam deeltentamen	Contentmaker Integraal	Nederlands	Design
Code deeltentamen	**BMICON1A.7**	**BMITEK1A.5**	**BMIDES1A.5**
Tentamenvorm	Project (portfolio)	Inleveropdracht	Beroepsproduct
Individueel / groep	Groeps- en individuele beoordeling	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1
Tentamenmoment	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	i.o.m. de docenten	i.o.m. de docenten	i.o.m. de docenten
Duur tentamen	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5	5,5
Weging	50%	10%	10%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Naam deeltentamen	Engels	Professional
Code deeltentamen	**BMITEX1A.5**	**BMIPROF1A.8**
Tentamenvorm	Inleveropdracht	Workshop
Individueel / groep	Individueel	Groepsbeoordeling
Aantal examinatoren	1	1
Tentamenmoment	Optie 1: OW 3.3/3.4 Optie 2: OW 3.6/3.7	Optie 1: OW 3.3 / 3.4 Optie 2: OW 3.6 / 3.7
Herkansing	Binnen de periode i.o.m. de docenten	Binnen de periode i.o.m. de docenten
Duur tentamen	N.v.t.	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5
Weging	10%	20%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak)	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak)

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Woordvoerder kennis BWK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Woordvoerder kennis
Code onderwijseenheid	BWK
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 3
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Contacturen: 9 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 61 **Totale studentbelasting (uren): 70**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je kan als woordvoerder (zowel in gesproken als geschreven woord) optreden**.**
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context & Strategie 2. Doelgroep & Gedrag 5. Overtuiging & Draagvlak Body of Knowledge: 1. Corporate communicatie 6. Ethisch besef
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.
Samenhang	Deze OWE hangt samen met de OWE BWI. In deze OWE krijg je de kennis aangereikt die in BWI wordt toegepast.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Nee
Activiteiten en/of werkvormen	Hoorcolleges
Verplichte literatuur/ beschrijving	Reader (online via Follio) Hoofdstuk 15 en paragraaf 10.5 uit Van Raaij

	Marketingcommunicatiestrategie Å Powerpoints en KENNIS (kennis) van BWK
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Kennis en begrip van PR, woordvoering, journalistiek, beïnvloedingstechnieken, offline medialandschap.
Naam deeltentamen	Woordvoerder kennis
Code deeltentamen	BWKWOO1A.1
Tentamenvorm	Schriftelijk tentamen
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T3
Herkansing	T3
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	Geen
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Verwijderd bij verplichte literatuur: Å Hoofdstuk 3, 5, 8 de & Brennecke, S. (2009). Media en publiek. Theorieën over media-impact, 6e druk. Te downloaden via han.bibliotheek.budh.nl.00014bbm0191. Staat ook in reader.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Woordvoerder integraal BWI

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Woordvoerder integraal
Code onderwijseenheid	BWI
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 3
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 5 EC** Contacturen: 36 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 104 **Totale studentbelasting (uren): 140**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je kan als woordvoerder (zowel in gesproken als geschreven woord) optreden.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1.Context & Strategie 2. Doelgroep & Gedrag 3. Concept & Creatie 5. Overtuiging & Draagvlak Body of Knowledge: 1. Corperate communicatie 6a. Nederlandse taal 6b. Engelse taal 7. Wendbaarheid
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. De juiste woordkeuze, het kunnen spreken in sound-bites, goed gebruik van de stem en een juiste houding zijn elementen die hierbij aan bod komen. In de Professional komen de volgende onderdelen aan bod: ¶ Je kan op een professionele en persoonlijke (uniek en eigenheid) manier zowel verbaal als non-verbaal communiceren. ¶ Je kan vanuit meerdere perspectieven de wereld om jou heen bekijken. ¶ Je kan een presentatievorm kiezen en uitvoeren en in

	verband brengen met vooraf verwachte leer- en werkdoelen
Samenhang	Deze OWE hangt samen met de OWE BWK. In BWK krijg je de kennis aangereikt die in BWI wordt toegepast.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Nee
Activiteiten en/of werkvormen	Hoor- en werkcolleges.
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	- Reader - Hoofdstuk 15 en paragraaf 10.5 uit: Floor & Van Raaij, Marketingcommunicatiestrategie - PowerPoints en lessen van BWK-KEN (kennis)
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering		
Beoordelingscriteria		
BWIMED1A.4	- 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.	
BWIPER1A.5	- tekst moet begrijpelijk zijn - tekst moet oprolbaar zijn (nieuws bovenaan) - tekst moet objectief geschreven zijn o een redactioneel perspectief hebben o overtuigend door inhoud/ niet commerciële stijl - tekst moet doelgroep overhalen bericht te plaatsen kernboodschap van de organisatie is herkenbaar	
BWIINT1A.5	- vragen en woordkeuze passend bij het medium - samenvatten en doorvragen - begrijpelijk Engels (ERK B2)	
Naam deeltentamen	Mediaoptreden	Persbericht
Code deeltentamen	BWIMED1A.4	BWIPER1A.5
Tentamenvorm	Mondeling	Inleveropdracht
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1

Tentamenmoment	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent
Duur tentamen	1 lesuur	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	Geen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)	5,5 (op alle onderdelen)
Weging	50%	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens Voorwaardelijk voor deelname aan BWI-MED: PR-plan, peerreview PR-plan en Q&A ingeleverd.	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke individuele beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak). Het beoordelingsformulier wordt door docent op Handin geplaatst.	Schriftelijke individuele beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak)). Het beoordelingsformulier wordt door docent op Handin geplaatst.

Naam deeltentamen	Written interview
Code deeltentamen	BWIINT1A.5
Tentamenvorm	Inleveropdracht
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7
Herkansing	In overleg met docent
Duur tentamen	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)
Weging	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan de OWE BWI geldt als aanmelding voor het tentamen.
Nabespreking en inzage	Individueel. Beoordelingsformulier wordt op Handin geplaatst.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Voorwaardelijk voor deelname aan BWI-MED: PR-plan, peerreview PR-plan en Q&A ingeleverd.

Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Onderzoeker 1 BOK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Onderzoeker 1
Code onderwijseenheid	BOK
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 5 EC** Aantal klokuren Geprogrammeerde contacttijd: 38 Geprogrammeerde onderwijstijd voor zelfwerkzaamheid en stage: 102 Totaal geprogrammeerde onderwijstijd: **140**
Ingangseisen	n.v.t.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je kan kwantitatief communicatie-onderzoek uitvoeren met een onderzoekende houding.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context & Strategie 2. Doelgroep & Gedrag Professional Skills: 1. Onderzoekend vermogen 4. Reflectief vermogen Body of Knowledge: 4. Onderzoek 6b. Engelse taal
Algemene omschrijving	Binnen deze OWE vallen de modules: 1. BOK-KEN Basiskennis Onderzoek 2. BOK-SPS SPSS 3. BOK-HOU: onderzoekende houding 4. BOK-NEW Newspaper presentation In de module Basiskennis Onderzoek wordt je vertrouwd gemaakt met de basale onderzoeksbegrippen. In de module SPSS leer je werken met SPSS als instrument om kwantitatieve data te analyseren, inclusief toetsen van statistische verbanden op basisniveau. De kennis en toepassing van SPSS wordt getoetst binnen het project Onderzoeker 2. Een voldoende beoordeling van de SPSS-opdrachten is voorwaardelijk voor het behalen van de module Onderzoeker 1. In de module Onderzoekende houding voert de student diverse

	opdrachten uit waarin de student kan aantonen over een onderzoekende houding te bezitten. De student maakt een portfolio met deze opdrachten en reflecteert daarin op eigen onderzoekende houding. Het portfolio (compleet en verzorgd) is voorwaardelijk voor deelname aan de presentatie. In de module Newspaper Presentation (Engels) staat berichtgeving in kranten vanuit verschillende perspectieven centraal. Je sluit deze module af met een korte presentatie in het Engels over je bevindingen. De analyse van de berichtgeving is randvoorwaardelijk voor deelname aan de presentatie.
Samenhang	Doelgroepkenner, de Onderzoeker 2
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Hoor- en werkcolleges, huiswerkopdrachten
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	Burns, A.C. & Bush, R.F. (2016). *Principes van marktonderzoek* (7e druk). Amsterdam: Pearson.
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat ze moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm.
BOKKEN1A.1	Voor de kennistoets Onderzoek 1 geldt: je hebt kennis van en begrijpt de basisbegrippen van onderzoek; ¶ Het onderzoeksproces ¶ Probleemdefinitie, onderzoeksdoel en onderzoeksvragen ¶ Verkennend, beschrijvend, causaal onderzoek ¶ Onderscheid desk- en fieldresearch ¶ Onderscheid kwalitatief en kwantitatief onderzoek ¶ Populatie en steekproef (consequenties voor representativiteit en nauwkeurigheid) ¶ Omvang van een steekproef bepalen ¶ Samenstellen van een steekproef ¶ Fouten in dataverzameling, non-respons vermijden ¶ Betrouwbaarheid en validiteit ¶ Operationaliseren* ¶ Vragenlijst maken* ¶ Dataverzamelingsmethoden* De onderdelen met een * worden inhoudelijk behandeld in de module Project Onderzoek in de OWE De Onderzoeker 2, maar maken wel onderdeel uit van de kennistoets.
BOKHOU1A.8	1. Weten wat een onderzoekende houding en kan dit uiteenzetten 2. Reflecteren op eigen onderzoekende houding

	3. Student kan voorbeelden noemen van misleidende onderzoeksresultaten of nieuws 4. Weet hoe eigen nieuwsvoorziening is en kan daarop reflecteren	
BOKNEW1A.6	In de presentatie over het portfolio Onderzoekende houding wordt de student beoordeeld op de volgende criteria: ¶ Weten wat een onderzoekende houding en kan dit uiteenzetten ¶ Reflecteren op eigen onderzoekende houding. ¶ Je kan voorbeelden noemen van misleidende onderzoeksresultaten of nieuws. ¶ Weet hoe eigen nieuwsvoorziening is en kan daarop reflecteren. De analyse *is randvoorwaardelijk* voor het mogen houden van de presentatie. In de presentatie over de randvoorwaardelijke analyse van de berichtgeving word je beoordeeld op de volgende criteria: ¶ Pronunciation ¶ Fluency ¶ Grammar ¶ Content and level	
BOKSPS1A.2	Student kan werken met SPSS als instrument om kwantitatieve data op beschrijvend niveau te analyseren en kan toetsen van statistische verbanden op basisniveau uitvoeren.	
Naam deeltentamen	Kennistoets onderzoeker 1	SPSS Opdrachten
Code deeltentamen	BOKKEN1A.1	BOKSPS1A.2
Tentamenvorm	Schriftelijk	Opdrachten in de klas
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1
Tentamenmoment	T4	P4
Herkansing	T5	In overleg met docent
Duur tentamen	90 minuten	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	Voldoende / onvoldoende
Weging	50%	Voorwaardelijk
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing.	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Tentaminering vervolg		
Naam deeltentamen	Presentatie News (Engels)	Onderzoekende houding
Code deeltentamen	BOKNEW1A.6	BOKHOU1A.8

Tentamenvorm	Presentatie	Portfolio
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1
Tentamenmoment	P4	P4
Herkansing	P4	P4
Duur tentamen	Presentatie van 5 - 7 minuten	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5
Weging	25%	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Onderzoeker 2 BOP

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Onderzoeker 2
Code onderwijseenheid	BOP
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 7,5 EC** Aantal klokuren Contacturen: 52 Uren voorbereiding/zelfstudie: 158 **Totale studentbelasting (uren): 210**
Ingangseisen	n.v.t.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je kan kwantitatief communicatie-onderzoek uitvoeren en daarover rapporteren.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 2. Doelgroep & Gedrag 4. Planning & Organisatie 5. Overtuiging & Draagvlak Professional Skills: 1. Onderzoekend vermogen 3. Samenwerken 4. Reflectief vermogen 5. Empathisch vermogen Body of Knowledge: 4. Onderzoek
Algemene omschrijving	Binnen deze OWE vallen de modules: - BOP-PRO: Project onderzoek. - BOP-RAP: Rapport - BOP-PROF: Persoonlijke professionele ontwikkeling In de module Project onderzoek geldt dat je in drietallen compact kwantitatief onderzoek *uitvoert*, en de resultaten hiervan *analyseert* en conclusies trekt. Dit doe je op basis van een gegeven opdracht, probleemstelling en theoretisch kader. Je doet verslag van dit onderzoek in een compacte (factsheet)rapportage, en geeft hierin tevens aanbevelingen aan de opdrachtgever en reflecteert op de kwaliteit van het uitgevoerde onderzoek. Je geeft aan het eind van de periode een presentatie van het onderzoek (formatief) en ontvangt zo feedback die verwerkt dient te worden in de eindrapportage In de module Rapporteren ontvang je van de docent taalvaardigheid

	formatieve feedback op diverse tussenproducten. In de module Persoonlijke professionele ontwikkeling wordt getraind met het professionele DiSC profiel en reflecteer je onder begeleiding van de docent persoonlijke ontwikkeling op de samenwerking in de projectgroep.
Samenhang	Doelgroepkenner, de Onderzoeker 1
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Nee
Activiteiten en/of werkvormen	Hoor- en werkcolleges
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	Burns, A.C. & Bush, R.F. (2016). *Principes van marktonderzoek* (7e druk). Amsterdam: Pearson.
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering*	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat ze moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood, het APA-alarm en dat ze verzorgd en volledig moeten zijn.
BOPPRO1A.7	**Rapport (75%)** Gedurende het project leveren de groepjes opdrachten op. Het maken van deze opdrachten is *randvoorwaardelijk* voor het inleveren van het onderzoeksrapport. 1. Duidelijke en correct geformuleerde inleiding 2. Adequate toelichting op de methoden van onderzoek 3. Correcte weergave van de resultaten, met toepassing van de juiste statistische analyses* 4. Adequate formulering van de conclusies, die logisch voortvloeien uit de resultaten van het onderzoek* 5. Concrete en uitvoerbare aanbevelingen, die logisch voortvloeien uit de conclusies 6. Adequate reflectie op kwaliteit van het uitgevoerde onderzoek De onderdelen met een * worden individueel getoetst binnen het groepsproduct.
BOPRAP1A.2	Het onderzoeksrapport moet voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood. De docent Rapporteren beoordeelt het rapport voorwaardelijk op dit criterium (voldoende / onvoldoende).
BOPPROF1A.9	**Proces (25%)** ***Op groepsniveau:*** 1. Het proces dat heeft geleid tot de totstandkoming van het rapport is door de groep zelfstandig en professioneel doorlopen, zowel intern als extern, met sensitiviteit voor de omgeving. ***Op individueel niveau:***

	2. Je bent volwaardig teamlid: werkt actief mee, luistert en stelt vragen; is voldoende aanwezig en levert volwaardige bijdrage aan teamproduct. 3. Je hebt zelfreflectie: geeft feedback en vraagt feedback; kent eigen valkuilen en sterktes. 4. Je hebt een goede werkhouding: kan plannen, komt afspraken na, maakt taken af.
Naam deeltentamen	Project Onderzoek
Code deeltentamen	BOPPRO1A.7
Tentamenvorm	Schriftelijk
Individueel / groep	Groep en individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	P4
Herkansing	P4
Duur tentamen	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	75%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Naam deeltentamen	Rapporteren	Professioneel samenwerken
Code deeltentamen	BOPRAP1A.2	BOPPROF1A.9
Tentamenvorm	Beoordeling rapport	Assessment
Individueel / groep	Groep	Individueel
Aantal examinatoren	1	1
Tentamenmoment	P4	P4
Herkansing	P4	P4
Duur tentamen	n.v.t.	20 min per groep
Toegestane hulpmiddelen		
(Minimaal) oordeel	n.v.t.	5,5
Weging	Voorwaardelijk	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens

	bijbehorende (deel)tentamens	
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

* De drie deeltentamens, BOPPRO1A.7, BOPRAP1A.2 en BOPPROF1A.9 zijn inhoudelijk en procesmatig zodanig met elkaar verbonden dat bij een onvoldoende op de herkansing van een van de drie deeltentamens het gehele project het volgende studiejaar opnieuw gedaan moet worden.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

De Professional BNE

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	De Professional
Code onderwijseenheid	BNE
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode P1, P3 en P4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Contacturen (38 lesuren): 36 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 34 klokuren **Totale studentbelasting (uren): 70**
Ingangseisen	Je kan alleen deelnemen aan de sollicitatie mits alle onderdelen van PROF uit cluster A+B gevolgd zijn.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je hebt inzicht in het communicatiewerkveld en jouw eigen rol hierin.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Professional Skills: 4. Reflectief vermogen 5. Empathisch vermogen 8. Netwerken (zelfbewust profileren) 9. Zelfsturend leren
Algemene omschrijving	Vanaf de start van de propedeuse werk je aan jouw persoonlijke professionele ontwikkeling als voorbereiding op de sollicitatie aan het einde van de propedeuse. In de webweter, de doelgroepkenner, de organisatieontdekker, de contentmaker, de woordvoerder en de onderzoeker wordt gewerkt aan de beroepsproducten passend bij de persoonlijke professionele ontwikkeling. De toetsing van die ontwikkeling vindt plaats in de desbetreffende modules. In de module De Professional bereid je je voor op de sollicitatie door een portfolio aan te leggen met producten die door het jaar heen, tijdens het uitvoeren van de projecten, zijn gemaakt. Ook wordt gewerkt met DiSC: een profiel dat inzicht geeft in jouw communicatiestijl en voorkeuren. Je schrijft een sollicitatiebrief waarin je een algehele reflectie schrijft op het eigen handelen tijdens het propedeusejaar. Je krijgt de mogelijkheid om de sollicitatie te oefenen (in P3) in de periode voorafgaand aan de daadwerkelijk toetsing. Daarnaast zijn bij De Professional de startweken in periode 1 en periode 3 ingericht. De eerste week is bedoeld om kennis te maken met de opleiding, de medestudenten en de systemen waarmee in de opleiding wordt gewerkt.

	Ook wordt bekeken of de student over het juiste startniveau van Nederlands en Engels beschikt aan de hand van een taaltoets. In de startweek in periode 3 gaan studenten aan de slag met oa een experiment over gedragsbeïnvloeding en wordt er aandacht besteed aan samenwerking, groepsbinding
Samenhang	De Professional hangt samen met alle alles wat studenten in de PROF leerlijn in de propedeuse gedaan hebben.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Zelfstandig / individueel , groepswerk/samenwerken, presenteren/ pitchen, ministage, reflecteren, solliciteren
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	DiSC-profiel Aanbevolen: account op www.hogeschooltaal.nl
Verplichte software / verplicht materiaal	Betaald DiSC-profiel (zie boekenlijst)
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Sollicitatie: Je reflecteert via STARR-methode op zelfsturend leren, empathisch vermogen en samenwerken (portfolio). Je bent in staat jezelf (in de pitch) bewust te profileren om zo je geschiktheid voor de hoofdfase aan te tonen. Je kan uitgebreid onderbouwen welke beroepsrollen bij jou passen. Je maakt een vertaalslag vanuit de reflectie en leerdoelen naar de hoofdfase van de opleiding (transfer). Taaltoets Nederlands Je beheerst de Nederlandse taal op 3F-niveau op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl. Taaltoets Engels Je beheerst de Engelse taal op ERK B2-niveau op de onderdelen Engelse spelling, idioom en grammatica.
BPROFSOL1A.9	Voor de sollicitatie geldt dat je individueel een portfolio samenstelt met een reflectie waarin je aangeeft wat je het afgelopen jaar hebt geleerd van de Professional Skills. In een sollicitatiebrief legt je kort en krachtig uit (max. 2 A4) waarom je vindt dat je door kan naar het tweede jaar van de opleiding communicatie. Vervolgens vindt de sollicitatie plaats. Je geeft een persoonlijke pitch waarna een gesprek plaatsvindt, waarin je met een beoordelaar over jouw persoonlijke ontwikkeling en jouw gedachten over het communicatievak praat en waarin je kan aantonen dat je je ontwikkeld hebt op de Professional Skills en waarmee je de link legt met jouw DiSC-profiel. Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat je moet voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm.

BPROFNED1A.1	Taaltoets Nederlands Je beheerst de Nederlandse taal op 3F-niveau op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl. Je bereidt je voor op de taaltoets Nederlands door middel van zelfstudie. De toets wordt afgenomen via digitale toetsing van www.hogeschooltaal.nl, zij bieden ook een zeer geschikte, betaalde leeromgeving aan.		
BPROFENG1A.1	Taaltoets Engels Je beheerst de Engelse taal op ERK B2-niveau op de onderdelen Engelse spelling, idioom en grammatica. Je bereidt je voor op de taaltoets Engels door middel van zelfstudie. De toets wordt afgenomen via digitale toetsing van www.hogeschooltaal.nl, zij bieden ook een zeer geschikte, betaalde leeromgeving aan.		
Naam deeltentamen	De sollicitatie	Taaltoets Nederlands	Taaltoets Engels
Code deeltentamen	BPROFSOL1A.9	BPROFNED1A.2	BPROFENG1A.2
Tentamenvorm	Portfolio+Assessment	PC tentamen	PC tentamen
Individueel / groep	Individueel	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1
Tentamenmoment	P4	P1	P1
Herkansing	In overleg met docent	T2 / 2.10 / 3.1 en T3	T2 / 2.10 / 3.1 en T3
Duur tentamen	30 minuten	60 minuten	60 minuten
Toegestane hulpmiddelen			
(Minimaal) oordeel	5,5	V	V
Weging	100% OWE	Voorwaardelijk	Voorwaardelijk
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing.	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	De startweken 1.1 en 3.1 zijn toegevoegd aan de Professional. Toetsmoment gewijzigd.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

IT1 Integrale toets 1 Propedeuse voltijd CO

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE) en code	Integrale toets 1 Propedeuse Integral Exam 1
Code onderwijseenheid	IT1
Opleiding / doelgroep	CO Voltijd, propedeuse, niveau 1
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode P4
Studiepunten/ studielast	Aan IT1 zijn géén studiepunten gekoppeld. Dit betreft een eigen onderzoek van de examencommissie (conform artikel 7.10, lid 2 van de WHW).
Ingangseisen	Studenten moeten minimaal het A- en een gedeelte van het B-cluster hebben gevolgd.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Proeve van Bekwaamheid ¶ Businessplan o.b.v. productintroductie inclusief communicatieplan ¶ Presentatie
Eindkwalificaties	Loco Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 3. Concept & Creatie Professional Skills: 1. Onderzoekend vermogen 2. Innovatie kracht 3. Samenwerken 8. Netwerken
Algemene omschrijving	Deze OWE bestaat uit de Proeve van Bekwaamheid. De PvB is de integratieve toets waarbij de kennis en vaardigheden van de vakgebieden marketing, communicatie, onderzoek, Nederlands, Engels, Sales en bedrijfseconomie samenkomen. In een programma van een week schrijft de student, samen met 4-6 groepsgenoten van verschillende opleidingen, een Business Plan voor een door henzelf te bedenken fysiek product, dat zij, naar hun specificaties geproduceerd, inkopen. Dit Business Plan bevat een marktanalyse, op basis waarvan een strategie en implementatieplan (inclusief communicatie) wordt geschreven. Daarnaast bevat het plan een bedrijfseconomische onderbouwing. Naast het schrijven van het rapport, bevat het plan ook een Engelstalige samenvatting. Studenten presenteren het Business Plan aan een investeerder/retailer. Ook beoordelen studenten elkaar in een Peer Assessment. Dag 1: in de centrale kick-off krijgen studenten instructie voor het schrijven van een Business Plan voor een fysiek product. Aansluitend

	gaan zij kennismaken met hun groepsgenoten en de tutor, gaan zij brainstormen over een product en maken zij een taakverdeling. Dag 2: een plenair hoorcollege Marketing, groepswerk waarin aan het Business Plan wordt gewerkt, fieldresearch en vragenuur o.l.v. experts. Dag 3: plenair Hoorcollege Finance, groepswerk waarin aan het Business Plan wordt gewerkt en een vragenuur o.l.v. experts. Dag 4: peer assessment waarin feedback wordt geven en ontvangen o.l.v. tutor. Inleveren Business Plan en voorbereiden presentatie/pitch. Dag 5: voorronde Pitch o.l.v. tutor. Op dag 5 is ook de finale en Dragon bestaande jury.
Samenhang	n.v.t.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	n.v.t.
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	n.v.t.
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	*Business Plan* (schriftelijk, groepsbeoordeling, 50% van het cijfer) De student: - kan een projectvoorstel schrijven op basis waarvan hij eenvoudig fieldresearch kan doen ter voorbereiding van zijn Business plan; - schrijft een interne en externe analyse die voldoet aan de in de handleiding geformuleerde criteria; - schrijft een Business Plan dat bestaat uit een marketingplan en een financieel plan, die voldoen aan de in de handleiding geformuleerde criteria; - kan kennis over organisatiestructuur, verdeling van werkzaamheden, bevoegdheden / verantwoordelijkheden en (het overdragen van) organisatiecultuur toepassen in zijn Business Plan; - schrijft een verslag dat getuigt - levert een verslag dat er verzorgd uitziet, in correct Nederlands is geschreven en voorzien is van een samenvatting in correct Engels en correcte bronvermelding; *Presentatie* (mondeling, groepsbeoordeling, 35% van het cijfer) De student houdt een presentatie, waarin elk groepslid voldoende spreektijd krijgt. De student (in groepsverband): - geeft een correcte weergave van de inhoud van het rapport - stemt zijn presentatie af op de doelgroep - geeft een presentatie die voldoet wat betreft taalgebruik

	- geeft een adequate reactie op vragen, zowel in het Nederlands als in het Engels; *Peer assessment* (mondeling, groepsbeoordeling, 15% van het cijfer) De student beoordeelt medegroepsleden op: - initiatief, uitwerking van ideeën; - participatie (groepsdiscussies: deed hij/zij zijn/haar zegje?); - bijdrage en taakgerichtheid: (bood hij/zij zelf aan om bepaalde taken te doen of moest hem/haar dat altijd eerst gevraagd worden?); - verantwoordelijkheid voor de resultaten van het team; - communicatie (feedback, actief luisteren, enz.).
Naam deeltentamen	**Proeve van Bekwaamheid**
Code deeltentamen	IT1PVB1A.0
Tentamenvorm	Project
Individueel / groep	Groep met deels individuele beoordeling
Aantal examinatoren	3
Tentamenmoment	P 4.9
Herkansing	P 4.10
Duur tentamen	5 dagen
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Beoordelingscriteria aangepast, meer communicatiegerelateerde criteria Proeve van bekwaamheid is verplaatst naar het einde van het schooljaar
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

9.2 Onderwijseenheden van de postpropedeuse

C-Cluster

Non-profit CNA

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Non-profit Analyse Non-profit Analysis
Code onderwijseenheid	CNA
Opleiding / doelgroep	Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2
Onderwijsperiode	C-cluster, P1 of P3
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 8,0 EC** Aantal klokuren Contacturen 50,25 Uren voorbereiding/zelfstudie 173,75 **Totale studentbelasting (uren) 224**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	N.v.t.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context en strategie 2. Doelgroep en gedrag 3. Concept en creatie Professional skills: 1. Onderzoekend vermogen 3. Samenwerken
Algemene omschrijving	In deze module leer je hoe organisaties in de non-profit sector omgaan met externe issues, maar ook hoe die impact hebben op de interne organisatie. Kortom, PR en interne communicatie worden aan elkaar gekoppeld. Je werkt voor een goed doel, een zorg- overheids- of onderwijsinstelling of misschien wel voor de brandweer. Je gaat aan de slag met een issue dat deze organisatie raakt, extern en intern. Nadat je de organisatie hebt leren kennen, werk je aan het opzetten en uitvoeren van diverse vormen van onderzoek. Op basis van deze analyses breng je een intern- en extern advies uit aan de opdrachtgever. Je volgt hiervoor kennis- en werkcolleges en eventueel gastcolleges van mensen uit het werkveld. Daarnaast werk je individueel en in groepen aan beroepsproducten waarin zowel inhoudelijke vakken als vaardigheden samenkomen. De non-profit analyse en non-profit implementatie hangen nauw samen. Daarom werk je binnen deze OWE's (tot 1 semester) voor dezelfde opdrachtgever.

CNA-OND

Je begint binnen deze OWE met het uitvoeren van onderzoek in een projectgroep met medestudenten naar een issue dat mogelijk invloed heeft op de organisatie. Dit levert verschillende inzichten op zoals onder andere:

- Door wie wordt erover in de media gesproken?
- In welke on- en offline media?
- Wat zijn de standpunten van de verschillende (interne) publieksgroepen?
- Wat is de levensfase van het issue?

De verschillende onderzoeksmethoden waarmee je gaat werken zijn:

Verdieping en operationalisatie (desk)

Je gaat het centrale begrip in het vraagstuk operationaliseren. Het onderzoekdoel en de hoofdvraag van het onderzoek krijg je aangereikt van je docent. Aan de hand hiervan start je met het deskresearch. Hiervoor raadpleeg je, afhankelijk van de groepsgrootte, vier tot vijf (semi-) wetenschappelijke artikelen, online blogs of artikelen in een vakblad rond het centrale begrip in het onderzoek. Zorg voor variatie in de bronnen. Je analyseert waaruit het centrale begrip bestaat en hoe het te herkennen is. Vervolgens werk je de te onderzoeken dimensies uit en bepaal je de meetbare indicatoren voor de onderzoeksinstrumenten die je verderop in de module gaat toepassen (modellering Coosto, vragenlijst interviews, indicatoren stakeholderanalyse). Voor iedere dimensie stel je (evt. uitgewerkt per onderdeel van het onderzoek) subvragen op.

Issueanalyse (desk)

De tweede stap is het uitvoeren van een issueanalyse aan de hand van de social media monitoringstool Coosto. Met deze tool bepaal je onder andere het bestaande sentiment rond de organisatie in relatie tot de kwestie ï als indicator voor de beeldvorming die er onder het publiek bestaat over deze kwestie en de organisatie zelf. Dit doe je door te kijken naar de berichtgeving over de organisatie op online en sociale media.

Stakeholderanalyse

Hierna analyseer je welke stakeholders de belanghebbenden zijn bij het issue, in relatie tot de gekozen doelgroep, en bepaal je hun standpunt t.o.v. het issue. Ook kijk je naar onderliggende waarden. Je bepaalt wie de belangrijkste stakeholders zijn. Wie zijn er gezichtsbepalend? Wat is hun relatie met het issue? Welke standpunten zijn er?

Kwalitatief onderzoek

De issueanalyse geeft een indicatie van de beeldvorming die er onder het publiek bestaat over het issue en de organisatie. Om dieperliggende meningen en emoties te achterhalen, voer je een kwalitatief onderzoek uit onder een gekozen doelgroep. Iedere student interviewt twee respondenten. De semi-gestructureerde interviews (15-20 min. p.p.) voer je uit aan de hand van een vooraf opgestelde vragenlijst.
Later heb je al deze inzichten nodig om een gedegen advies uit te brengen aan de opdrachtgever (zie deel 2 van deze OWE).

CNA-DES

	Bij design leer je alle ins en outs van het ontwerp- en opmaakprogramma Illustrator. Eerst leer je de basistechnieken voor het werken met het programma om hierna de resultaten uit het onderzoek overzichtelijk en grafisch weer te geven. Middels het gebruik van beeld en quotes leer je hoe je resultaten goed en overzichtelijk kunt weergeven voor de opdrachtgever. Het eindproduct van CNA-DES en CNA-OND is een infographic die je inlevert onder toetscode CNAINF1A.7. **CNA-ENG** Middels meetings heb je in het Engels overleg met mede communicatieprofessionals. Doel is uitwisselen van elkaars inzichten en resultaten, deels met betrekking tot de stakeholders. De volgende onderwerpen komen tijdens Engelse meetings aan bod: conventies/beleefdheidsvormen die gangbaar zijn in de Engelse zakelijke cultuur en die zich laten vertalen in bepaalde uitdrukkingen en fraseringen.
Samenhang	Het project is opgesplits-pro fit wa a (CNA) e-pr ó Non implementatieô (CNI). semester bezig met dit project. Na de eerste periode rond je de OWE ó Nepn r o f i t analyseô af (8de ga je Ev r aan de slag met de OWE Non-p r o f i t implementatieô (8, Binnen deze OWE komen met name de r ó De Woordvoerderô en ó De Onderzoeke
Deelnameplicht onderwijs	N.v.t.
Maximumaantal deelnemers	N.v.t.
Compensatiemogelijkheid	N.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Je gaat aan de slag met een door de opleiding verworven non-profit opdrachtgever. Je volgt hoor- en werkcolleges met uitleg over het doen van de verschillende soorten onderzoek. Je voert in een projectgroep het onderzoek uit en krijgt 2x in de week feedback tijdens de werkcolleges van een onderzoeksdocent. Bij Engels volg je 1x in de week 2 lesuren over gespreksvoering waarbij je het tevens gaat oefenen. Bij Design volg je praktijkcolleges, waarbij je na korte uitleg van de design docent aan de slag gaat met Illustrator.
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	- Leren interviewen, 7e druk, Hulshof, M., Noordhoff Uitgevers - Beeldtaal, 3e druk, Broek, J. van den, Boom Uitgevers Amsterdam - Körver & Helmann. *Issuesmanagement, een stappenplan* (3de druk). Boom Uitgevers Amsterdam.
Verplichte software / verplicht materiaal	- Illustrator - Coosto
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	N.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	
CNAINF1A.7	Ontvankelijkheidscriteria: - Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm. - Studenten hebben deelgenomen aan tussentijdse groepstoetsen

	- Studenten hebben deelgenomen aan peerassessment - Bijlageboek is bijgevoegd met de onderdelen: ¶ Operationalisatie van begrip naar indicatoren ¶ Interviewvragenlijst ¶ Transcripten en geluidsopnames interviews ¶ Zoekquery Coosto ¶ Thick description + relevante citaten tbv infographic ¶ Stakeholderanalyse Tussentijdse groepstoetsen: *Tussentijdse toets 1.* Operationaliseren van het vraagstuk. In de projectgroep ga je aan de slag met het doorvertalen van de onderzoeksopzet die door de docent gegeven wordt, naar de concrete uitvoering van het onderzoek. Hiervoor geldt: Het onderzoek is gedegen opgezet. De theorie t.a.v. de onderzoeksvormen is duidelijk en volledig toegelicht. *Tussentijdse toets 2.* Samen met je projectgenoten werk je alvast een deel van de infographic uit waarin je rapporteert over de onderzoeksresultaten van de issueanalyse en de stakeholderanalyse. Hiervoor geldt: Het onderzoek is systematisch uitgevoerd. Je rapporteert volledig en overzichtelijk over de onderzoeksresultaten Eindproduct (individueel): Infographic Hiervoor geldt: - Bevat beknopte weergave van ten minste aanleiding, resultaten en conclusie. - Je trekt adequate conclusies uit de gevonden onderzoeksresultaten. - Je hebt de feedback op tussentijdse producten verwerkt en juist toegepast. - Je bent in staat om op basis van onderzoeksresultaten een infographic te ontwerpen die de aanleiding, resultaten en conclusies helder, overzichtelijk, betekenisvol en betrouwbaar representeert. - Duidelijke vlakverdeling, logische leesrichting/plaatsing en de verhouding tussen beeld en tekst is in balans. - Gebruikte beeldende middelen sluiten aan bij elkaar en bij het onderzoek / de organisatie. Kern van informatie is duidelijk/concreet gevisualiseerd. - Ontwerp past binnen de huisstijl van de organisatie (kleur, typografie, vorm).	
CNAENG1A.4	Je kan een gesprek houden over het onderzoek in begrijpelijk Engels. Daarnaast ben je in staat om notulen op te stellen van dit gesprek in begrijpelijk Engels.	
Naam deeltentamen	Infographic (onderzoek en design)	English meeting
Code deeltentamen	**CNAINF1A.7 (CNAOND en CNADES)**	**CNAENG1A.4**
Tentamenvorm	Schriftelijk (inhoudelijke beoordeling van grafische weergave resultaten en	Mondeling (meeting)

	beoordeling design/opmaak/lay-out van grafische weergave resultaten)	
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	2 (Docent CNA-OND en CNA-DES)	1 (Docent CNA-ENG)
Tentamenmoment	P1/P3	P1/P3
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent
Duur tentamen	N.v.t.	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5
Weging	90%	10%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Toetscodes CNA-OND en CNA-DES samengevoegd. Toetsen inhoudelijk niet gewijzigd.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	N.v.t.

Non-profit CNI

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Non-profit implementatie Non-profit implementation
Code onderwijseenheid	CNI
Opleiding / doelgroep	Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2
Onderwijsperiode	C-cluster, P2 of P4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 8,0 EC** Contacturen: 46,50 Uren voorbereiding/zelfstudie: 177,50 **Totale studentbelasting (uren): 224**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	n.v.t.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context en strategie 2. Doelgroep en gedrag 5. Overtuiging en draagvlak Professional skills: 5. Empathisch vermogen 6. Ethisch besef
Algemene omschrijving	In deze module leer je hoe organisaties in de non-profit sector omgaan met externe issues, maar ook hoe die impact hebben op de interne organisatie. Kortom, PR en interne communicatie worden aan elkaar gekoppeld. Je werkt voor een goed doel, een zorg- overheids- of onderwijsinstelling of misschien wel voor de brandweer. Je gaat aan de slag met een issue dat deze organisatie raakt, extern en intern. Nadat je de organisatie hebt leren kennen, werk je aan het opzetten en uitvoeren van diverse vormen van onderzoek. Op basis van deze analyses breng je een intern- en extern advies uit aan de opdrachtgever. Je volgt hiervoor hoor- en werkcolleges en eventueel gastcolleges van mensen uit het werkveld. Daarnaast werk je individueel en in groepen aan beroepsproducten waar zowel inhoudelijke vakken als vaardigheden samenkomen. De profit analyse en non-profit implementatie hangen nauw samen. Daarom werk je bij CNI-PRO (totaal 1 semester) voor dezelfde opdrachtgever. **CNI-PRO** Je leert hoe Public Relations bijdraagt aan het imago en de reputatie van een organisatie, met welke publieksgroepen een organisatie te maken heeft en hoe je er zo goed mogelijk mee in contact komt. Wat vinden publieksgroepen eigenlijk belangrijk, met betrekking tot het issue dat er

	speelt? Welke (online) middelen kun je inzetten bij Public Relations en hoe doe je dit het beste? Welke vormen van Public Relations zijn er en waarom zijn die zo belangrijk voor het imago en reputatie van een organisatie? Maar je medewerkers, hun familieleden en vrijwilligers zijn ook een belangrijke publieksgroep. Wat is hun mening? En hoe kun je die beïnvloeden? Hun gedrag bepaalt namelijk mede het imago van de organisatie. Denk hierbij aan het corporate identitymodel van Birkigt en Stadler. Hoe zit het met het interne draagvlak wat betreft het issue? Moet de organisatie naar aanleiding van het issue hun gedrag veranderen? Mogelijke onderwerpen die in het inhoudelijke gedeelte aan bod komen zijn: identiteit, imago, reputatie, issuemanagement en (online) reputatiemanagement, weerstand in organisaties tegen veranderingen, beïnvloeding, internal branding en verandercommunicatie. Een en ander is afhankelijk van het exacte vraagstuk van de opdrachtgever. Daarnaast passeren diverse specialismen binnen PR & concerncommunicatie de revue, zoals pers en media, crisiscommunicatie, maar mogelijk ook overheidscommunicatie. In deze module maak je kennis met het vak in de volle breedte en ervaar je hoe de interne organisatie verbonden is met de externe wereld. Op basis van deze kennis en het reeds gedane onderzoek bij CNA-OND werk je samen met je projectgroep een advies uit aan de opdrachtgever. Dit advies bestaat onder andere uit de volgende onderdelen: 1 Hoe beïnvloed je de publieke opinie? 2 Hoe ga je om met de belangrijkste deelnemers / stakeholders in dat publieke debat? 3 Hoe creëer je intern draagvlak voor het gegeven advies, ga je om met mogelijk weerstand of verander je gedrag van medewerkers als bijdrage in het imago van de organisatie? Tijdens een individueel adviesgesprek beargumenteer en verdedig je gemaakte keuzes. **<u>CNI-ESS</u>** In deze module leer je bronnenonderzoek te verwerken tot een betogend verhaal waarin je je visie toont op de snelle ontwikkelingen in het medialandschap. 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.
Samenhang	Het project is opgesplits-profit waar a (CNA) e-profit n implementatieô (CNI). semester bezig met dit project. Na de eerste periode rond je de OWE óNeprofit analyseô af (8de ga je verder aan de slag met de OWE Non-profit implementatieô (8, Binnen deze OWE komen met name de r óDe Woordvoerderô en óDe Onderzoeke
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.

Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Je gaat aan de slag met een door de opleiding verworven non-profit opdrachtgever. Je volgt hoorcolleges met uitleg over eerder genoemde onderwerpen (o.a. crisiscommunicatie, overheidscommunicatie, stakeholdermanagement, public affairs, reputatiemanagement, imago, identiteit, issuemanagement en ethiek). Je werkt in een projectgroep het advies uit en krijgt 2x in de week tutoring door de docent PR en/of Interne. Daarnaast volg je deze periode een paar keer een expertcollege. Je leert hoe je gedegen bronnenonderzoek doet, wat de ontwikkelingen zijn in het medialandschap en hoe je dit kan omzetten tot een goed beargumenteerd en vlot leesbaar essay.
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	- Basisboek Interne Communicatie, 8e druk, E. Reijnders, ISBN 9789023252313 - Issuemanagement, een stappenplan, 3e druk, Körver & Helmann, Boom Uitgevers Amsterdam. Online via www.han.nl/studiecentra te lezen/gebruiken - Reader
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering		
Beoordelingscriteria		
CNIPRO1A.4	Je kent de leerstof wat betreft Interne, PR en Concerncommunicatie: identiteit, imago en reputatie. Daarnaast ook de leerstof wat betreft specialismen als crisiscommunicatie, issuemanagement en (online) reputatiemanagement, weerstand in organisaties tegen veranderingen, beïnvloeding, internal branding en verandercommunicatie. Je kunt deze kennis toepassen en op basis daarvan een beargumenteerd advies geven aan de opdrachtgever. Je bent tevens in staat om tijdens een adviesgesprek de gemaakte keuzes te verantwoorden, verdedigen en onderbouwen.	
CNIESS1A.5	Je kan een essay schrijven dat voldoet aan de juiste kenmerken op het gebied van vorm, inhoud, stijl en spelling.	
Naam deeltentamen	Adviesgesprek	Essay
Code deeltentamen	**CNIPRO1A.4**	**CNIESS1A.5**
Tentamenvorm	Mondeling (adviesgesprek)	Schriftelijk (essay)
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1 (Docent CNI-PRO)	1 (Docent CNI-ESS)
Tentamenmoment	P2/P4	P2/P4
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent
Duur tentamen	N.v.t.	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.

(Minimaal) oordeel	5,5	5,5
Weging	80%	20%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Stage online CSO

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Stage online
Code onderwijseenheid	CSO
Opleiding / doelgroep	Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2
Onderwijsperiode	C-cluster: P1&2 of P3&4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 12,5 EC** Contacturen: 164,5 Uren voorbereiding/zelfstudie: 75,5 **Totale studentbelasting (uren): 240**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Professionele beroepstaken 1: online kanalen optimaliseren 2: effecten meten & rapporteren 3: opdrachtgever adviseren & begeleiden
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 2. Doelgroep en gedrag 6. Verbinding en begeleiding Professional skills: 1. Onderzoekend vermogen 2. Innovatie kracht 4. Reflectief vermogen 7. Wendbaarheid
Algemene omschrijving	Twee dagdelen per week zit je bij een zelf geworven opdrachtgever om hem te helpen bij de optimalisatie van online kanalen. Daarnaast krijg je ondersteunende lessen in online, professionele houding, communicatieve vaardigheden, design en Engels. Je zet bijvoorbeeld AdWords-campagnes op, maakt de website en content SEO proof, zet social media kanalen op. Periodiek meet je de effecten en zet deze af tegen een 0-meting en doelen. Uiteindelijk draag je je adviezen over aan je opdrachtgever in de vorm van een handboek.
Samenhang	In dit project komen de rollen Webweter en Contentmaker uit de propedeuse terug.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	¶ Stage bij zelf geworven opdrachtgever (4+4 uur per week) ¶ Individuele coaching ¶ Intervisiegroep ¶ Kenniscolleges

Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	Basisboek Online Marketing ï Visser & Sikkenga (reeds in bezit)
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering				
Beoordelingscriteria				
CSOONL1A.8	¶ Je kan Google certificaten behalen ¶ Je kan input uit een vraaggesprek omzetten in een actieplan ¶ 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 uitkomsten vertalen naar inzicht en adviezen, en deze overbrengen op de opdrachtgever in de vorm van een handboek. ¶ Je kan je kennis overdragen op de opdrachtgever en draagvlak creëren voor voortzetting.			
CSOPROF1A.8	¶ 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. (wendbaarheid) ¶ Je genereert en past nieuwe en creatieve ideeën toe. Je kan kansen herkennen en hiervoor steun zoeken. Je neemt hier eigenaarschap op. (innovatiekracht) ¶ 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. (reflectief vermogen) ¶ Je bent bereid om goed afgewogen beslissingen te nemen op basis van een kritische en onderzoekende houding ten behoeve van een advies/product.(onderzoekend vermogen) ¶ Je hebt een professioneel netwerk opgebouwd binnen het Communicatie domein, zowel on- en offline en kan je zelfbewust profileren bij deze contacten en nieuwe contacten (netwerken) ¶ 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. (zelfsturing)			
CSOENG1A.2	¶ Je kan een rapportage (e-mails) schrijven in begrijpelijk Engels over het gebruik van digitale tools zoals Google Analytics, Google AdWords of Monitoring tools.			
CSOMCV1A.5	¶ 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.			
Naam deeltentamen	Interactief handboek (pdf)	Reflectie & beoordeling bedrijfscoach (professionele houding)	English report (e-mails) on digital marketing tools	Vraaggesprek feedback

Code deeltentamen	CSOONL1A.8	CSOPROF1A.8	CSOENG1A.2	CSOMCV1A.5
Tentamenvorm	Interactief handboek (pdf) Vormgeven handboek (design)(10%)	Reflectie en beoordeling bedrijfscoach (professionele houding)	PC tentamen	Feedback aan de hand van de theorie op het opgenomen vraaggesprek van een medestudent.
Individueel/duo/groep	Individueel	Individueel	Individueel	individueel
Aantal examinatoren	2	1	1	1
Tentamenperiode	Einde P2 en P4	Einde P2 en P4	T2/T4	P1/P3
Herkansing	herkansing i.o.m. docent	herkansing i.o.m. docent	T2/T4	herkansing i.o.m. docent
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	60 min.	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	(online) woordenboek	video
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5,5	5.5
Weging	45%	35%	10%	10%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichtin van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

D-Cluster

Bootcamp DBT

<table>
<tr><th colspan="2">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Bootcamp en de Professional</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>DBT</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>C- en D-cluster, P1 & P4</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 3 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>65</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>5</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>70</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>Geen</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">2. Inhoud en organisatie</th></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>Startweek

LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
1. Context & strategie
3. Concept & creatie
5. Overtuiging & draagvlak

Je kan overtuigend een communicatie-advies presenteren dat logisch voortkomt uit onderzoeksresultaten en aansluit op opdrachtgever, doel en doelgroep. Daarnaast ga je aan de hand van DiSCprofiel kennismaken met je klas en leer je wat jouw communicatiestijl is en welke communicatievoorkeuren je hebt.

Stagevoorbereiding

Om je stage goed en bewust te kunnen kiezen helpt de PROFdocent je bij je keuzeproces.

Eindevenement

Het eindevenement geeft je de kans om die workshops/gastsprekers te kiezen die je denkt nodig te hebben in je stage.

Professional Skills:
1. Zelfsturing(niveau 2)
2. Onderzoekend vermogen (niveau 2)</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>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. Hierin</td></tr>
</table>

	komen de disciplines marketingcommunicatie, PR en interne communicatie samen. In het tweede semester geven we je handvatten en informatie ter voorbereiding van de stage. Deze uren worden in het reguliere onderwijs ingeroosterd en bevatten workshops, gastsprekers, informatieve sessies. Ook krijg je in die week een kennismaking met je klas en een DiSCtraining. Hierin krijg je een uitgebreide DISC-test en 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. In het tweede semester geven we je handvatten en informatie ter voorbereiding van de stage. Deze uren worden in het reguliere onderwijs ingeroosterd en bevatten een algemene kickoff, weblecture, intervisies en waar nodig individuele begeleiding. Het tweede jaar wordt in week 4.8 afgesloten door gezamenlijk terug te blikken op het geleerde uit jaar 2 en vooruit te kijken naar je stage en minor aan de hand van je portfolio.
Samenhang	In de start- en eindweek komen alle rollen en contexten uit de propedeuse en het tweede jaar terug.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Startweek: je werkt in groepsverband aan diverse opdrachten die uiteindelijk tot een geïntegreerd communicatieadvies leiden voor een opdrachtgever. Stagevoorbereiding: je volgt in p3 een algemene kickoff over stagevoorbereiding en minoren, bestudeert een weblecture en neemt deel aan 3 intervisiemomenten ter voorbereiding op het vinden van een goede stageplek voor jaar 3. Afsluiting (week 4.8): aan de hand van je portfolio en ervaringen kijken we gezamenlijk terug naar jaar 2 en vooruit naar je stage en minorplannen.
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	Communicatiestrategie ï Wil Michels
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering			
Beoordelingscriteria			
DBTBTC1A.9	Startweek ¶ Je kan een organisatie analyseren op basis van een onderzoeksmodel. ¶ Je kan onderzoeksresultaten vertalen naar een passend communicatie-advies. ¶ Je kan je communicatie-advies overtuigend presenteren. ¶ Ja kan samenwerken onder tijdsdruk.		
DBTBTC2A.9	Stagevoorbereiding ¶ Je kan jezelf op een professionele manier profileren richting potentiele opdrachtgevers van je keuze in zowel gesproken als geschreven taal.		
DBTBTC3A.9	Afsluiting Je reflecteert op het afgelopen jaar en kijkt vooruit naar stage en minor aan de hand van je portfolio. Je laat op een creatieve manier zien dat je je in het tweede jaar ontwikkeld hebt op de professionele vaardigheden: wendbaarheid, samenwerken, innovatiekracht, reflectief vermogen, empathisch vermogen, ethisch besef, onderzoekend vermogen, netwerken en zelfsturend leren.		
Naam deeltentamen	Bootcamp startweek	Bootcamp stagevoorbereiding	Bootcamp eindweek
Code deeltentamen	**DBTBTC1A.9**	**DBTBTC2A.9**	**DBTBTC3A.8**
Tentamenvorm	Presentaties	Practicum	Portfolio
Individueel / groep	Groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1 docenten per klas	1 docent per klas	1 docent per klas
Tentamenmoment	P1	P3/P4	P4 (week 8)
Herkansing	i.o.m. docent	n.v.t.	i.o.m. docent
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	Vink	Vink
Weging	100%	n.v.t	n.v.t
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	n.v.t	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	T.o.v. 2019/2020: In Startweek kickoff prof toegevoegd. Individuele gesprekken toegevoegd. Stagevoorbereiding aangevuld met een weblecture (niet geroosterd) en 3 intervisiemomenten. Eindweek is gezamenlijke afsluiting geworden o.b.v. studentportfolio, verplaatst naar week 8. Toetscode gewijzigd van .9 actieve deelname naar .8 portfolio. Naam OWE gewijzigd in DBT Bootcamp en de Professional.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Adviesbureau DAB

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Adviesbureau
Code onderwijseenheid	DAB
Opleiding / doelgroep	Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2
Onderwijsperiode	D-cluster, P2 of P4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 10,5 EC** Contacturen: 77 Uren voorbereiding/zelfstudie: 217 **Totale studentbelasting (uren): 294**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	N.v.t.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context en strategie 2. Concept en creatie 3. Overtuiging en draagvlak Professional skills: 1: Onderzoekend vermogen (summatief) 2: Samenwerken (formatief) 3: Reflectief vermogen (formatief) 4: Wendbaarheid (formatief) 5: Feedback geven (formatief) Leerdoel Het analyseren en interpreteren van een bestaand onderzoeksrapport en dat vertalen in een doordachte positionering en communicatiestrategie, een passend (creatief) concept en effectieve communicatiemiddelenmix. ¶ Je kunt een onderzoeksrapport analyseren en interpreteren ¶ Je hebt kennis over de volgende onderdelen; het begrip merk, brand design model, merkwijzer, merkstrategie, merkactivatie en customer journey. ¶ Je kunt een andere groep briefen over jouw analyse van dat rapport waarin je hen een adviesvraag, het gewenste merkinnerlijk en positioneringsgrondslag meegeeft (strategie). Hierbij gebruik je zelfstandig de aangereikte theorieën en modellen, zoals een

	SWOT, confrontatiematrix en de merkwijzer (inclusief bijhorende merkstrategie). ¶ Je kunt op basis van de ontvangen merkstrategie en positionering het communicatieconcept en middelenmix (merkactivatie) adviseren om zo het vraagstuk van de organisatie oplossen. ¶ Je kunt een creatief concept naar een professioneel uitgewerkt middel (merkactivatie) vertalen. Dat middel past bij de doelgroep, vertoont samenhang met de andere middelen uit de geadviseerde middelenmix en overtuigt de doelgroep de juiste actie te ondernemen. ¶ Je kunt het communicatie- en creatief concept, plus de uitgewerkte middelenmix op overtuigende wijze presenteren,. Hierbij kun je toelichten waarom deze passen bij de eerder geformuleerde strategie ¶ Je kunt een samenvatting schrijven in begrijpelijk Engels
Algemene omschrijving	In het adviesbureau ga je aan de slag in een dubbelrol. Enerzijds ga je in groepsverband aan de slag met het analyseren en interpreteren van een bestaand onderzoeksrapport van een klant, uitgevoerd door een vierdejaars student CO. Op basis van dit rapport probeer je het bovenliggende positioneringsvraagstuk op te lossen door middel van een communicatiestrategie. Bij Engels schrijf je individueel de samenvatting van dit onderzoeksrapport, dat je later nog zult nodig hebben. Deze strategie draag je door middel van een briefing over aan een andere groep, je fungeert dan zelf als opdrachtgever. Je vraagt die andere groep jouw strategie te vertalen naar een geschikt creatief concept + bijbehorende middelenmix om daadwerkelijk het positioneringsvraagstuk op te lossen. Deze briefing wordt getoetst door de tutor. Later presenteert de andere groep hun creatief concept en gecreëerde middelenmix aan jullie waarop je feedback geeft of deze inderdaad een goede vertaling zijn van jullie strategie. Deze feedback geldt als voorwaarde voor de beoordeling van je eigen adviespresentatie. Anderzijds krijg je zelf ook zoôn br vraagstuk met de vraag hier een creatief concept + middelenmix voor te creëren. Na deze briefing geef je dus ook feedback/ stel je vragen, dit geldt als voorwaarde voor de beoordeling van je eigen briefing. Vervolgens ben je met je eigen groep verantwoordelijk voor het bedenken van een creatief concept dat aansluit bij de gebriefde strategie en het creëren van de juiste middelenmix, waarbij je individueel minimaal 1 middel creëert. Bij de lessen Copywriting en Design werk je aan de creatie van deze middelen, zowel in tekst als in beeld. Uiteindelijk presenteer je aan de groep van wie je de opdracht kreeg je creatieve concept en middelenmix, waarop zij feedback leveren (hiervoor gebruiken zij de samenvatting die ze bij Engels hebben geschreven). Ook de docent geeft feedback. Op basis hiervan pas je eventueel je advies nog aan voordat je je definitieve advies presenteert. Bij de lessen Branding leer je alles over merkbegrippen, Customer Journey, merktheorie en theorie over conceptontwikkeling en merkpsychologie. Deze

	kennis gebruik je zowel bij het bedenken van de positionering en strategie, als bij de ontwikkeling van het concept en de middelenmix.
Samenhang	In deze OWE komen de Merkenbouwer, Doelgroepkenner en Contentmaker uit leerjaar 1 terug.
Deelnameplicht onderwijs	Bij de briefing en adviespresentatie: zonder aanwezigheid op deze momenten is de uitvoering van de opdracht en dus het behalen van de cijfers niet mogelijk.
Maximumaantal deelnemers	N.v.t.
Compensatiemogelijkheid	N.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Studenten krijgen hoorcolleges over de verschillende onderwerpen, vervolgens passen zij deze toe op hun eigen onderzoeksrapport in werkgroepjes, onder begeleiding van een tutor. Tijdens werkcolleges worden studenten ondersteund in het creëren van de middelen, zowel in tekst als in beeld. Ook verzorgen de studenten elkaar briefings en adviespresentaties en geven zij elkaar feedback hierop.
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	Brand Design van Ruud Boer, 6e druk Beeldtaal van Jos van den Broek, 3e druk Reader
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Voor alle beroepsproducten geldt dat zij moeten voldoen aan de normen van TaalCOde Rood en APA-alarm
DAB-BRI1A.6	- Correcte probleemanalyse (SWOT, confrontatiematrix, persona, HKW-vragen) - Analyse en briefing zijn logisch, samenhangend en juist verwoord - Strategie, positionering en doelen geven handvatten voor verdere uitwerking - Briefing is onderbouwd - Presentatie is professioneel en overtuigend - Juiste antwoorden op vragen van te briefen groep
DAB-ADV1A.6	- Debriefing en conclusies zijn helder en compleet - Strategie is onderbouwd en vertaald in (SMART) doelen - Concept en middelen passen bij strategie vraagstuk - Middelen passen bij concept en strategie - Middelen hebben relevante boodschappen en onderlinge samenhang - Middelen dragen bij aan oplossing vraagstuk en zetten aan tot gewenste actie - C o m p a c t e i m p l e m e n t a t i e (k o s t e n , o - Presentatie is professioneel en overtuigend
DAB-MID1A.5	- 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), - 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)		
DAB-BRA1A.1	Je hebt kennis over het begrip merk, brand design model, merkwijzer, merkstrategie, merkactivatie en customer journey.		
DAB-ENG1A.5	- De samenvatting is goed gestructureerd (structure). - Verbanden tussen alineaôs en zi manieren gelegd (linking). - Het rapport is duidelijk en begrijpelijk samengevat, zonder herhalingen (conciseness). - De samenvatting is in overtuigend en correct Engels geschreven (language en style).		
Naam deeltentamen	Briefing	Adviespresentatie	Tentamen branding
Code deeltentamen	**DABBRI1A.6**	**DABADV1A.6**	**DABBRA1A.1**
Tentamenvorm	Briefing/ verantwoording	adviespresentatie/ verantwoording/	Tentamen/ kennistoets
Individueel / groep	Groep	Groep	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1
Tentamenmoment	P2/P4	P2/P4	T2/T4
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent	T2/ T4
Duur tentamen	N.v.t.	N.v.t.	120
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.	
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5	5,5
Weging	20%	20%	15%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing
Naam deeltentamen	Middel	Management summary	
Code deeltentamen	**DABMID1A.5**	**DABENG1A.5**	
Tentamenvorm	Opdracht	Schriftelijke opdracht	
Individueel / groep	Individueel	individueel	
Aantal examinatoren	2 (COP/DES)	1	
Tentamenmoment	P2/P4	P2/ P4	

Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent	
Duur tentamen	N.v.t.	n.v.t.	
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	n.v.t.	
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5	
Weging	30%	15%	
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

CO bureau DCB

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	CO bureau
Code onderwijseenheid	DCB
Opleiding / doelgroep	Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2
Onderwijsperiode	D-cluster, P1/P2 of P3/P4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 7,5 EC** Contacturen: 100 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 110 klokuren **Totale studentbelasting (uren): 210**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	N.v.t.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 4. Planning en Organisatie Professional Skills: 4. Reflectief vermogen 1. Onderzoekend vermogen 7. Wendbaarheid 8. Netwerken
Algemene omschrijving	Je werkt aan opdrachten uit het werkveld en/of binnen de community, waarbij je opdrachten vanuit interesse kan kiezen en/of zelf opzoek gaat naar opdrachten uit het werkveld.
Samenhang	De leerlijn de Professional 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.
Deelnameplicht onderwijs	N.v.t.
Maximumaantal deelnemers	N.v.t.
Compensatiemogelijkheid	N.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	De werkvorm is een leerwerkplaats. Je werkt aan opdrachten vanuit het werkveld en/of binnen de community van de opleiding (individueel of in groep). Gedeeltelijk worden opdrachten verstrekt door de HAN en gedeeltelijk wordt een beroep gedaan op je eigen netwerk. De opdrachten worden inhoudelijk goedgekeurd door de docent, voordat hij met de opdrachtgever wordt gedeeld. Aan het einde van het semester lever je een portfolio in, met daarin bewijslast over de groei die je in professionele houding hebt doorgemaakt.
Verplichte literatuur/	N.v.t.

b e s c h r i j v i n g ñ l	
Verplichte software / verplicht materiaal	N.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	N.v.t.
3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	De student: - reflecteert op eigen handelen en de uitvoering van een taak en daarbij toelichten wat je intentie, doelen en verwachtingen zijn en is bereid om op basis van je bevindingen zijn gedrag aan te passen en nieuwe doelen te stellen, waarop opnieuw gereflecteerd wordt (reflectief vermogen). - gaat op een onderzoekende en nieuwsgierig manier om met diversiteit binnen de beroepscontext en kan gedrag hierop aanpassen. Hij kan omgaan met onzekerheden (wendbaarheid). - 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 (onderzoekend vermogen). - kan zijn eigen oordeel uitstellen en het perspectief van de ander innemen (onderzoekend vermogen). - kan informatie op waarde schatten en wil leren, weten en begrijpen (onderzoekend vermogen). - heeft een professioneel netwerk opgebouwd binnen het Communicatie domein, zowel on- en offline en kan zich profileren bij deze en nieuwe contacten (netwerken). - organiseert en coördineert de uitvoering van de geplande activiteiten met aspecten van projectmanagement (plannen en organiseren). - kan de activiteiten en resultaten verantwoorden (plannen en organiseren).
Naam deeltentamen	Portfolio CO bureau
Code deeltentamen	DCBCOB1A.8
Tentamenvorm	Portfolio
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	P2 en P4
Herkansing	i.o.m. docent
Duur tentamen	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Er wordt feedback aan je gegeven, zodat je meer inzicht krijgt op je professionele houding. Dit kan je meenemen richting je stage (2e of

	3ejaars). Als je na twee keer geen positief oordeel hebt, moet je nieuwe opdrachten uitvoeren in het volgende studiejaar voordat je een nieuw portfolio mag inleveren. Dit kan direct in het eerste semester.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	N.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	N.v.t.

Internationale Marketing en Communicatie DIM

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Internationale Marketing & Communicatie International Marketing & Communication
Code onderwijseenheid	DIM
Opleiding / doelgroep	Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2
Onderwijsperiode	D-cluster, P1 of P3
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 10,5 EC** Contacturen: 68,25 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 225,75 klokuren **Totale studentbelasting (uren): 294**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	De COô er analyseert, signaleert en bedrijfssituatie op het gebied van marketing en communicatie en weet dit in een internationaal context te plaatsen en trekt daaruit conclusies.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context en strategie 2. Doelgroep en Gedrag Professional skills: Onderzoekend vermogen. Samenwerken Empathisch vermogen ¶ Je hebt kennis van de marketingbeginselen; - begrip marketing - marketing in internationale context - de marketingomgeving - marktonderzoek en marketinginformatie - marktsegmentatie en positionering - koopproces doelgroep - de 4 Pôs. ¶ Je kunt diverse marketingbeginselen toepassen in een internationale context ¶ Je onderkent op beginnend niveau diverse theorieën (o.a. waardedimensies van Hofstede) over cultuurverschillen in waarden van interculturele communicatie; ¶ Je analyseert op elementair niveau interculturele communicatieve (bedrijfs)situaties in termen van je kennis van cultuurverschillen in verbaal en non- verbaal taalgedrag. ¶ Je kunt op basis van de toegereikte theorieën bestaande gegevens rondom interculturaliteit groeperen/herleiden naar waarden van interculturele communicatie.

	¶ Je ontwikkelt een onderzoekende houding ten aanzien van cultuurverschillen tussen verschillende landen en wil weten wat de fundamentele verschillen zijn en waarop deze zijn gebaseerd. ¶ Je verkrijgt inzicht in de identiteit en cultuur van het bedrijf en de doelgroep, rekening houdend met de interculturele waarden. ¶ Je ontwikkelt een nieuwsgierige houding ten aanzien van cultuurverschillen en de marketing binnen een bedrijf tussen verschillende landen en wil weten wat de fundamentele verschillen zijn en waarop deze zijn gebaseerd. ¶ Je kunt op een juiste wijze de kwaliteit van bronnen vaststellen en hierbij bronnen kunnen selecteren op bruikbaarheid ¶ Je neem een podcast op met een helder verhaallijn van een persona van de doelgroep waarin de interculturele waarden terugkomen voor het land dat je hebt onderzocht. ¶ Je schrijft een editorial die gerelateerd is aan een internationaal vraagstuk voor de doelgroep.
Algemene omschrijving	Deze module staat in het teken van internationalisering en ga je in groepsverband diverse opdrachten uitvoeren op het gebied van marketing (DIM-MAR) en interculturele communicatie (DIM-ICU). Hierbij krijg je ook ondersteunende modules Nederlands (DIM-POD) en Engels (DIM-ENG). Je analyseert diverse marketingaspecten van een beursgenoteerde organisatie (B2C). Dit doe je voor zowel de Nederlandse als de internationale markt (land waarvoor je de opdrachten in groepsverband gaat uitvoeren wordt in de les bekendgemaakt) en leer je bijkomende cultuurverschillen vanuit een marketingperspectief. Daarnaast leer je over welke culturele waarden kenmerkend zijn voor het land waar je onderzoek naar doet en wat voor invloed dat heeft op het handelen van personen en organisaties, met name op het gebied van (marketing)communicatie. Je doet onderzoek naar internationale doelgroepen en cultuur van het toegewezen land. Zo analyseer je in eerste instantie hoe het bedrijf in Nederland het betreffende product op de markt heeft gebracht, naar welke culturele waarden de marketingcommunicatie te herleiden is en waarom dat zo is. Vervolgens ga je voor het land waarin het bedrijf zich wil vestigen onderzoek doen naar de culturele waarden, hoe deze van Nederland verschillen en waar het bedrijf rekening mee moet houden in haar marketingcommunicatie(strategie) als het betreffende product in dat land op de markt wordt gebracht. Voor de analyses kun je gebruik maken van Engelstalige bronnen en databases (o.a. Marketline en Statista). Als eindproduct maak je diverse beroepsproducten en doet aanbevelingen hoe de communicatie dient aan te sluiten bij de cultuur van het betreffende land. Dit doe je o.a. in de vorm van een podcast. Hierbij leer je om te gaan met je stem en leer je een inhoudelijk goed verhaal op een boeiende wijze te vertellen. Als afsluiter schrijf je een stuk over een internationaal ethisch onderwerp die bij jouw markt/doelgroep past. Voor zowel DIM-MAR als DIM-ICU starten we elke week plenair met een hoorcollege (twee hoorcolleges voor alle klassen) vervolgens gaan we in het werkcollege aan de slag.
Samenhang	Merkenbouwer en Doelgroepkenner in leerjaar 1
Deelnameplicht onderwijs	N.v.t.

Maximum aantal deelnemers	N.v.t.
Compensatiemogelijkheid	N.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Hoor- en werkcolleges
Verplichte literatuur/ beschrijving	- Grondslagen van de marketing van Verhage, 9e druk. - Culturele waarden en communicatie van Gerritsen & Claes (2017, vierde druk) - Aanvullende literatuur wordt geplaatst op Follio
Verplichte software / verplicht materiaal	N.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	N.v.t.

3. Tentaminering				
Beoordelingscriteria				
DIMMAR1A.8	Inzicht in de volgende onderdelen en een aantal hiervan kunnen toepassen: - Het begrip marketing in internationale context - De marketingomgeving - Strategieontwikkeling en marketingplanning - Marktonderzoek en marketinginformatie - Marktsegmentatie en positionering - Koopproces doelgroep - Productbeleid en productlevenscyclus - Prijsbeleid - Plaats, zoals distributiekanalen en soorten distributie - Promotie			
DIMENG1A.5	- De student kan een (internationaal) vraagstuk van diverse kanten belichten en beschrijven in begrijpelijk Engels - De student hanteert hierbij een neutrale en onpersoonlijke stijl, en de student kan accuraat en op diverse manieren verbanden leggen door juist te linken. - De student is in staat de vergaarde informatie uit de podcasts in een logische volgorde aan bod te laten komen.			
DIMPOD1A.5	- De student beschrijft de interculturele waarden voor het onderzochte land en doet aanbevelingen hoe de communicatie dient aan te sluiten bij de cultuur van het betreffende land - De student zet zijn verbale communicatie op de juiste manier in - De student houdt de aandacht van de luisteraar vast door de techniek van storytelling toe te passen			
DIMKT1B.1	- Schriftelijke kennistoets over marketing.			
Naam deeltentamen	Portfolio marketing en communicatie in internationaal perspectief	Kennistoets Marketing	Beroepsproduct (podcast)	Schriftelijk beroepsproduct (editorial)
Code deeltentamen	**DIMMAR1A.8**	**DIMKT1B.1**	**DIMPOD1A.5**	**DIMENG1A.5**

Tentamenvorm	Portfolio	Schriftelijk tentamen	Inleveropdracht	Inleveropdracht
Individueel/duo/groep	Groepsverband en individueel	Individueel	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	2	1	1	1
Tentamenperiode	P1 en P3	T1 en T3	P1 en P3	P1 en P3
Herkansing	P1 en P3	T1 en T3	P1 en P3	P1 en P3
Duur tentamen	n.v.t.	120 minuten	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5	5,5	5,5
Weging	40%	30%	15%	15%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.	Inschrijven via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.
Nabespreking en inzage	Er wordt feedback gegeven in het beoordelingsformulier. Mondelinge toelichting van docent in overleg.	Na het tentamen organiseert de opleiding een feedbackcollege na de eerste kans en voor zowel de eerste- als tweede kans een inzagemoment.	Er wordt feedback gegeven in het beoordelingsformulier. Mondelinge toelichting van docent in overleg.	Er wordt feedback gegeven in het beoordelingsformulier. Mondelinge toelichting van docent in overleg.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	¶ Het tentamen (DIMKT1B.1) bestaat vanaf het schooljaar 2020/2021 enkel uit Marketing (in plaats van MAR en ICU). Toetscode DIMKT1A.1 is gewijzigd in DIMKT1B.1. Toets en inhoud zijn gewijzigd. Voor slepers wordt het tentamen DIMKT1A.1 het schooljaar 2020/2021 nog aangeboden.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	Niet van toepassing.

E-Cluster

StageregulierEST

<table>
<tr><th colspan="2">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE) en code</td><td>Stage (EST)
Placement</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Communicatie
Voltijd, hoofdfase, E-cluster, niveau 2</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 1&2 of 3&4</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 30 EC

<table>
<tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr>
<tr><td>Geprogrammeerde contacttijd:
- Kick off
- Terugkomdag
- Beoordeling</td><td>
6
30
2</td></tr>
<tr><td>Geprogrammeerde onderwijstijd voor zelfwerkzaamheid en stage</td><td>802</td></tr>
<tr><td>Totaal geprogrammeerde onderwijstijd</td><td>840</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>- Propedeuse behaald
- Projecten uit jaar 2 afgerond
- Maximaal 3 kennistentamens / individuele opdrachten open hebben
De stage is een verplicht onderdeel van de opleiding.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">2. Inhoud en organisatie</th></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
Contect en strategie
Plannen en organiseren
Concept en creatie

Professional Skills:
Onderzoekend vermogen
Innovatiekracht
Samenwerken
Reflectief vermogen
Empathisch vermogen
Wendbaarheid</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Je werkt mee als communicatieprofessional in een organisatie en voert verschillende communicatieopdrachten en/of -projecten uit en kan hierbij reflecteren op eigen functioneren en op dat van anderen. Je wordt beoordeeld op de afgeleverde beroepsproducten, de feedback van anderen en je reflectie op eigen ontwikkeling en het niveau dat je beheerst.</td></tr>
</table>

Samenhang	De
Deelnameplicht onderwijs	JA
Maximumaantal deelnemers	N.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Alle deelcijfers moeten tenminste een 5,5 zijn. Per LOCO-competentie mag maximaal 1 onvoldoende zijn gescoord Nederlands moeten met een voldoende
Activiteiten en/of werkvormen	Meewerkstage. De student loopt 21 weken stage en is aanwezig op de georganiseerde stageterugkomdag(en).
Verplichte literatuur/ beschrijving	N.v.t.
Verplichte software / verplicht materiaal	N.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	N.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	**Deelcijfer 1: communicatievraagstuk onderzoeken** *LOCO-competentie context en strategie en professional skill; onderzoekend vermogen. Bewijslast= onderzoeksopdracht* Studenten onderzoeken een tactisch vraagstuk. Tijdens dit onderzoek toont de student inzicht in de organisatie, kan de juiste onderzoekmethodes inzetten en verantwoorden, geeft een helder overzicht van resultaten en weet hieruit relevante conclusies te trekken en hierop aanbevelingen te geven. Het onderzoeksrapport is logisch opgebouwd en de student weet hierbij de hoofd- en bijzaken te onderscheiden. **Deelcijfer 2: plannen en organiseren** *LOCO-competentie plannen en organiseren en professional skill; wendbaarheid* *Bewijslast = opdrachten persoonlijke ontwikkeling en beoordeling vaardigheden door bedrijfscoach* De student maakt en hanteert een eigen planning en neemt de stakeholders hierin mee. Ze legt hierbij voldoende verantwoording af bij haar/zijn leidinggevende. **Deelcijfer 3:creëren **** *LOCO-competentie concept en creatie en professional skill; innovatiekracht* *Bewijslast = bedrijfsopdrachten* De student levert een bijdrage aan het creëren van middelen, waarbij creativiteit en foutloos Nederlands schrijven centraal staan. Ze kan hierbij op samenhangende wijze handelen en denken. Tijdens het creëren werkt student met diverse interne en/of externe partijen samen. **Deelcijfer 4: representeren** *Professional skills; samenwerken, reflectief vermogen en empathisch vermogen* *Bewijslast = opdrachten persoonlijke ontwikkeling en beoordeling vaardigheden door bedrijfscoach* De student is breed en flexibel inzetbaar en kan met de regels van de organisatie omgaan. Ze heeft een nieuwsgierige en kritische houding naar haar werkzaamheden, zichzelf en anderen en toont initiatieven waar nodig. Ze is betrokken en sociaal vaardig en onderhoud haar netwerk.

	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm.
Naam deeltentamen	Meewerkstage
Code deeltentamen	**ESTSTAG01/ESTSTAB01**
Tentamenvorm	Integrale toets; het functioneren op de stageplek deze wordt beoordeeld aan de hand van de eindbeoordeling en komt tot stand door de opgeleverde beroepsproducten, getoonde professionele houding, reflectie en het onderzoeksrapport. Halverwege de stage wordt een tussentijdse beoordeling gehouden.
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	P2-P4
Herkansing	**Deelcijfer 1:** Eerste kans van het onderzoeksrapport is 1 week voorafgaand aan het 2e stagebezoek oftewel ook het eindbeoordelingsmoment. Tweede kans wordt 1 week na de feedback ingeleverd. Wanneer deze onvoldoende is, dient de student zijn gehele stage overnieuw te doen. Dit i.o.m. de praktijkcoördinator. **Deelcijfer 2, 3 en 4.** Bij de tussentijdse beoordeling wordt duidelijk of de stage mogelijk met een onvoldoende afgesloten wordt. Dit wordt dan ook benoemd door de stagebegeleider. De student heeft dan nog ongeveer 10 weken om de stage met een voldoende af te sluiten. De eindbeoordeling vindt plaats in de laatste weken van de stage. Wanneer deze onvoldoende is, dient de student zijn gehele stage overnieuw te doen. Dit i.o.m. de praktijkcoördinator. Wanneer student en/ of bedrijf na de eerste 3 weken stage besluiten de samenwerking stop te zetten dient de stage herkanst te worden in de volgende periode.
Duur	De student loopt 21 weken fulltime stage (36 u per week meewerken en 4 u schoolopdrachten) en is aanwezig op de georganiseerde stageterugkomdag(en). De docent begeleidt de student in deze periode, uitgezonderd de vakantieperiode.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.
Minimaal oordeel (deel)tentamen	Alle deelcijfers moeten tenminste een 5,5 zijn. Per LOCO-competentie mag maximaal 1 onvoldoende zijn gescoord. Nederlands ô moet voldoende zijn beoordeeld. Het beroepsproduct dient te voldoen aan APA-normering en de eisen van TaalCode Rood.
Weging	100% van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldings termijn	Bij de stagecoördinator de stageplaats laten goedkeuren. Wanneer de herkansing niet is gehaald, contact opnemen met de stagecoördinator.
Nabespreking en inzage	Tijdens het eindbeoordelingsgesprek wordt de beoordeling besproken, later wordt het eindbeoordelingsformulier naar de student gestuurd.

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

Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Stage ESTvernieuwd pilot

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Stage *Placement*
Code onderwijseenheid	ESTN
Code onderwijseenheid	Communicatie Voltijd, hoofdfase, E-cluster, niveau 2
Opleiding / doelgroep	Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 1&2 of 3&4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 30 EC** Contacturen: - Kick off: 12 - Terugkomdagen (5): 30 - Beoordeling: 4 Uren voorbereiding/zelfstudie: 794 **Totale studentbelasting (uren): 840 uur**
Ingangseisen	Propedeuse behaald Projecten uit jaar 2 afgerond 3 kennistoetsen/individuele opdrachten open hebben staan. Nederlandse taalopdrachten/toetsen zijn behaald

2. Inhoud en organisatie	
Doel stage	- Kennis uit leerjaar 1 en 2 toepassen - Inzicht in het werkveld en functie - Inzicht in de organisatie
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: context en strategie doelgroep en gedrag concept en creatie planning en organiseren overtuiging en draagvlak verbinding en begeleiding op minimaal niveau 2 afronden.
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. Je wordt beoordeeld op de afgeleverde beroepsproducten, de feedback van anderen en je reflectie op eigen ontwikkeling waarbij je aantoont dat je minimaal niveau 2 op bovenstaande eindkwalificatie beheerst.

Samenhang	De stage is een integrale toets waar de competenties genoemd bij eindkwalificaties op minimaal niveau 2 worden afgetoetst.
Deelnameplicht onderwijs	Bij de kick off, terugkomdagen
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Alle competenties dienen met een voldoende beoordeeld te worden.
Activiteiten en/of werkvormen	Je werkt grotendeels mee in de organisatie. Na de kick off zijn er meerdere terugkomdagen en sluiten we af met een beoordeling. De terugkomdagen kunnen kennissessies, intervisies, workshops, feedback ophalen bevatten
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	n.v.t. kennis uit leerjaar 1 en 2
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	1. Koersbepaling; sensitiviteit in organisatie/omgeving (LOCO 1 en 2) 2. Realiseren; concretiseren, instrueren en begeleiden, organiseren (LOCO 3 en 4). 3. Verbinden; overtuigen en beïnvloeden, representeren (LOCO 5 en 6)
Naam deeltentamen	Portfolio meewerkstage
Code deeltentamen	ESTNSTA1A.8
Tentamenvorm	Integrale toets; het functioneren op de stageplek. De opgeleverde beroepsproducten worden verzameld in een portfolio inclusief verantwoordingsdocument
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	P2/P4 (2.8)
Herkansing	In 2.10
Duur tentamen	Gedurende 21 weken bouw je de beoordeling op.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	33,3%. Koersbepaling; sensitiviteit in organisatie/omgeving 33,3% Realiseren; concretiseren, instrueren en begeleiden, organiseren. 33,3% Verbinden; overtuigen en beïnvloeden, representeren Alle competenties dienen met een voldoende beoordeeld te worden.
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Bij de stagecoördinator de stageplaats laten goedkeuren. Wanneer de herkansing niet is gehaald, contact opnemen met de stagecoördinator.
Nabespreking en inzage	Tijdens het eindbeoordelingsgesprek wordt de beoordeling besproken, later wordt het eindbeoordelingsformulier naar de student gestuurd.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	In 2020-2021 wordt een pilot nieuw stage gedraaid. Er zijn een aantal verschillen t.o.v. óoude stageô. - Vernieuwd beroepsprofiel (competenties) - Andere toetsvorm (portfolio) - Bewijslast wordt door student zelf ingebracht - Meer contacturen (terugkomdagen)
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	-

G-Cluster

GKM Keuzemodules (september & februari)

<table>
<tr><th colspan="5">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE) en code</td><td colspan="4">Keuzemodule GKM</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td colspan="4">Communicatie, Hoofdfase, G Cluster, niveau 3</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td colspan="4">G-cluster P1/P2</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Studiepunten/ studielast</td><td colspan="4">Studiepunten: 22,5 (let op studenten volgen 16 modules) van de onderstaande modules, de uren zijn dus berekend op deze 16 modules. Voor een student maakt het qua belasting dus niet uit welke combinatie hij/zij maakt in de samenstelling van de modules) alle modules wegen even zwaar binnen de OWE namelijk 6.6 %. De keuze voor modules hangt samen met de individuele studieroute, waarbij rekening gehouden wordt met het aantal aanmeldingen voor een module, en is derhalve maatwerk. Een deel van de studenten afstudeert in AOVZ GKM-ARM verplichte modules C</td></tr>
<tr><td colspan="2">Studielast:</td><td>Aantal geprogrammeerde lesuren (van 45 minuten) volgens lesrooster</td><td>Aantal klokuren (aantal lesuren x 0,75)</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Geprogrammeerde contacttijd, waarbij de (gast)docent fysiek aanwezig is</td><td>Hoorcollege, werkcollege, lessen PER WEEK PER MODULE</td><td></td><td>11</td></tr>
<tr><td>Studiebegeleiding, stagebegeleiding</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Tentamens, toetsen (tijdens lessen)</td><td></td><td>Dit is per module verschillend.</td></tr>
<tr><td>Excursies, studiereizen, beroependagen, kick-off, etc.</td><td></td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Totaal</td><td></td><td>176 (16 modules x 11 uur)</td></tr>
<tr><td></td><td>Tentamens, toetsen (niet tijdens lessen)</td><td></td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Geprogrammeerde eenheid</td><td>Stage, AOD, praktijkleren</td><td></td><td>n.v.t.</td></tr>
</table>

		Zelfstudie, individueel of in groepjes		28 uur per module (x 16 modules)
		Overige activiteiten waarbij de docent niet fysiek aanwezig is, é.		n.v.t.
		Totaal		448
	Totaal			630
Ingangseisen	De student heeft de stage en minor afgerond.			

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	1. De COô er ondersteunt en evalueert marketing/marketingcommunicatieactiviteiten in de uitvoerende sfeer. 2. De COô er ontwikkelt, begeleidt en 3. De COô er communiceert mondeling e een vreemde taal rekening houdend met culturele verschillen, intern en extern, nationaal en internationaal. 4. De COô er monitort, signaleert en interne en externe omgeving en trekt daaruit conclusies. 5. De COô er heeft besef van en kïæm r beroepsnormen in een nationaal en internationaal kader. 6. De COô er kan zijn/haar eigen (stu keuzes in te volgen programmaonderdelen, keuze stage, keuze studie buitenland en afstuderen. De COô er competentieontwikkeling vormgeven.
Eindkwalificaties	LOCOcompetenties, 2011: 1 Analyseren en onderzoeken 2. Ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid 3. Plannen en organiseren 4. Creëren en realiseren 5. Representeren
Algemene omschrijving	
GKM-BRA	In deze module leren studenten de basis van brandmanagement. Dat wil zeggen dat er aan de hand van een aantal relevante merkmodellen een merk geanalyseerd word. Aansluitend wordt dit verbeeld in een merkboek; dit is een visuele weergave van het DNA van het merk en geeft ontwerpers, architecten en andere communicatiedienstverleners een houvast bij het ontwikkelen van merkuitingen als websites, campagnes, winkelinrichting, enz. Uit het merk van het merkuiterlijk en is de verbeelding van het merkinnerlijk.
GKMSTO	In de module óStorytellingô maakt d organisatie, waarin op een spannende, inspirerende en op zijn minst intrigerende wijze de ócorporatet die st

	zich in een organisatie, heeft er een goed gesprek mee en schrijft vervolgens zijn eigen verhaal.
GKMOND verplicht	In deze module bijt de student zich vast in het thema onderzoek. Voor het doorlopende Campagneproject is het noodzakelijk om een goed plan van aanpak te schrijven. Om dat goed te kunnen doen is het prettig om nog eens helder op een rij te hebben wat de student in de opleiding de afgelopen drie jaar allemaal heeft meegekregen over onderzoek. De student volgt masterclasses over onderzoek en schrijft samen met de duopartner een plan van aanpak voor zijn opdracht bij het campagneproject.
GKMJOU	Hoe schrijf ik aantrekkelijk? Hoe zorg ik dat mijn onderwerp aansluit bij de doelgroep? De ene student heeft een talent voor schrijven en begint gewoon met schrijven om vervolgens wel te zien waar hij uitkomt. De andere student verzamelt karrenvrachten informatie, besteedt veel tijd aan een gedegen opzet en schrijft deze nauwgezet uit. De eerste student onderschat het schrijven, de tweede mist de souplesse om een vlot verhaal te maken. Vrijwel niemand schrijft in een keer een goede, aansprekende tekst. Aan elke tekst gaat een aantal stappen vooraf, of de schrijver nu ervaren is of niet. In deze module leer je hoe je een aansprekende tekst schrijft op basis van een opdracht vanuit een tekstbureau / communicatiebureau. Je krijgt hierdoor o.a. inzicht in schrijfopdrachten vanuit het werkveld en je leert doelgroepgericht te schrijven.
GKMSEO verplicht	Digitale marketing: je past de verschillende vormen van online marketing en bijbehorende tools toe op een praktijkvraag. Je meet de resultaten van je acties en formuleert vervolgacties. Je concrete bevindingen en adviezen rapporteer je in een handleiding voor de opdrachtgever.
GKMPRM	Elke organisatie, profit of non-profit wil graag zoveel mogelijk (positief) in het nieuws verschijnen. Maar hoe doe je dat als je geen lovende jaarcijfers, bekende ambassadeurs o je nieuws! In deze module maken st- plan, en in d contactlijst van relevante media en persberichten, voor een opdrachtgever met maar één doel: de opdrachtgever op de juiste manier en op het juiste moment in de media te krijgen. In ®®n week tijd leert de student een te opdrachtgever, leert de student de juiste boodschap te formuleren, de juiste media (online/ offline) te selecteren en een goed persbericht te schrijven.
GKMVCO	Veranderingen zijn aan de orde van de dag en hierbij staat vaak het veranderen van gedrag centraal. Of het nu gaat om koopgedrag, gezond gedrag of wenselijk gedrag in een organisatie. In deze module zoomt de student in op het menselijk gedrag in organisaties. Organisaties veranderen namelijk aan de lopende band. Reorganisaties, fusies, moderner werken, klantgericht werken, deze module wordt de organisatieverandering nadrukkelijk gekoppeld aan het gedrag van de medewerkers. Je verandert collectief gedrag niet door het maar heel vaak en hard te roepen. Weerstand bij medewerkers wordt in kaart gebracht én het gewenste gedrag. Op basis hiervan geeft de

	student advies over hoe gedrag te veranderen is om daarmee de interne organisatie een impuls te geven.
GKMETH verplicht	In deze module gaat de student aan de slag met corporate ethiek en de morele uitgangspunten die voor de goede uitoefening van het communicatievak belangrijk zijn. Natuurlijk speelt de persoonlijke moraal van de student daarbij een rol. Meningsvorming en de juiste argumentatie zijn hierbij cruciaal. Het debat is een belangrijk moment om de anderen van jouw standpunt te overtuigen en tevens de opmaat naar het te maken essay.
GKMONL	Digitale communicatie: je leert hoe en wanneer communicatie mensgestuurd en machinegestuurd kan zijn. Ook kijken we naar de inzet van push- en pullmarketing in digitale communicatie. Je adviseert een opdrachtgever over een toe te passen platformstrategie.
GKMOVO	Overheidscommunicatie is boeiend en moeilijk. Het gaat om het managen van communicatie bij alle belanghebbenden rondom een vraagstuk. In deze module krijgt de student een kijkje in de praktijk van een gemeente en haar communicatie. Een vakgebied waarin veel communicatieprofessionals werken, waaronder een groot aantal van onze afgestudeerden. De student gaat aan de slag met een uitdagende en echte communicatie advies opdracht van een gemeente waarbij hij in de huid kruipt van de stakeholders en met de andere stakeholders in debat gaat en communicatie advies geeft aan de gemeente.
GKMIBR	Internal branding is de combinatie van branding, interne communicatie en verandermanagement: het óverkopenô medewerkers (HRM) op een goede manier (communicatie). Hoe spannend en dynamisch het vakgebied externe communicatie soms ook kan zijn: het zijn de mensen in de organisaties zelf die uiteindelijk bepalen wat deze organisaties voor anderen betekenen. Als medewerkers het merk omarmen en toepassen in hun werk, vergroot dat de mogelijkheden voor het bedrijf om zijn ambities in de markt waar te maken. Merkbeleving wordt bepaald door het gedrag van de stewardess, de hypotheekadviseur en de caissière. Merk als kompas De student helpt een organisatie door hun merk als kompas te gebruiken, om het gedrag van medewerkers te sturen. Maar: Å Hoe zorgt hij voor draagvlak en bewustzijn en hoe formuleer hij een overtuigend imagodoel? Å Hoe koppelt de student de diverse geïntegreerde communicatie aan interne communicatie? Å Hoe definieert de student zijn medewerkers om het gedrag te bewerkstelligen en hoe veranker hij deze in de organisatie? (in deze module: vanaf 500 medewerkers) Å Hoe wordt de student als communicatieprofessional een serieuze gesprekspartner voor het (top)management van organisaties? Dat leert de student tijdens de module Internal Branding bij de HAN, in samenwerking met ervaren bedrijven en adviesbureaus.
GKMWVO	Woordvoering is een interessant, spannend en wezenlijk onderdeel van het communicatievak. Het gaat niet alleen over ódingen goô maar het is een cocktail van inhoud, communicatieve en sociale vaardigheden, zelfinzicht, empathie, overtuigingskracht en sensitiviteit.

	Deze module is vooral opgezet als een reeks concrete mediatrainingen met veel ruimte voor feedback. Het past in de gereedschapskist van elke (brede) communicatieadviseur. De module is bedoeld voor alle studenten communicatie en is geschikt als kennismaking met het vak van woordvoerder. Heeft de student de minor PR & Mediarelaties gevolgd, dan is er een kleine overlap (theorie & eerste kennismaking en ódiagnoseô), maar k verdieping van en training op zijn specifieke leerdoelen als woordvoerder.
GKMVIS verplicht	We schrijven het jaar 2030: in tijd slechts 10 jaar vooruit, maar qua razendsnelle ontwikkelingen binnen het Communicatievak wellicht nog lichtjaren verwijderd. Hoe zie jij Communicatie anno 2030? Hoe communiceren we met elkaar? Welke trends en ontwikkelingen hebben bijgedragen tot deze nieuwe, toekomstige werkelijkheid? Wat is de rol van Communicatie in en tussen organisaties, klanten, mensen? Welke vaardigheden en competenties heb je nodig om je rol te kunnen spelen in die toekomst? Om deze vragen te kunnen beantwoorden krijg je input vanuit onze vakorganisatie Logeion en het gedachtengoed van DNCP (de nieuwe communicatie professional). In deze module ga je jouw visie op Communicatie anno 2030 opschrijven middels een helder, leesbaar en goed onderbouwd essay. De voeding hiervoor is een optelsom van drie jaar studie in het vak Communicatie, al je opgebouwde ervaringen en opgedane kennis. Natuurlijk zal je nog aanvullende, inspirerende ófood for is dat jij jouw visie, als aankomend Communicatie professional, kunt etaleren aan het werkveld. Het laatste betekent ook dat je concreet invulling gaat geven aan jouw profilering (online en offline) als Communicatieprofessional. Hoe ga jij, op een authentieke en creatieve wijze, laten zien welke waarde jij kunt hebben voor een toekomstige werkgever?
GKMACP	Why: De student is nu (bijna) klaar voor de arbeidsmarkt, eigenlijk is hij nu al de Aspirant Communicatieadviseur (ACA) die alles wat hij geleerd heeft in wil zetten voor externe communicatieopdrachten van echte opdrachtgevers. De student krijgt de rol van een arts in opleiding: Hij weet al veel en wil in korte tijd laten zien dat hij het kan toepassen. How: Een inspirerend topcollege; een inspirerende briefing van een opdrachtgever die zit te wachten op het advies van de student; korte snelle verdieping in het probleem, de markt, de mogelijkheden. What: Advies en presentatie aan de opdrachtgever
GKMCUJ	Ben je nieuwsgierig? Wil je klantgedrag begrijpen en onderzoeken waarom organisaties niet altijd doen wat ze beloven. Maak dan de klantreis van een organisatie mee en adviseer! Dat is de kern van deze module waarin de ñklantreisò, een w

	(potentiële) klant* met een organisatie binnen oriëntatie ,verkoop en serviceprocessen. Om als communicatie professional goed te kunnen adviseren moet de student klanten en hun motivaties begrijpen. Dat doet de student door zelf in de huid van de klant te kruipen en te ervaren wat hij meemaakt. Met deze ervaringen kan de student pas echt goed adviseren over verbeteringen, dus niet alleen vanuit theorieën.
GKMCRO verplicht	Het medialandschap is volop in beweging. Het mediaaanbod versnippert en er is sprake van steeds kleinere homogene doelgroepen. De tijd dat je met één tv-spotje iedereen kon bereiken ligt achter ons. De consument kan anywhere, anyway, anytimeô informatie consument gemakkelijk een crossover van het ene medium naar het andere medium maken. Als adverteerder wordt je dan ook gedwongen om meerdere mediumtypen in te schakelen om de doelgroep te blijven bereiken. De keuze aan communicatiemiddelen is enorm en als toekomstig communicatieprofessional maakt de student de keuzes. Welke is de juiste? Het doel is bekend. Dat is de reden waarom de student het campagneproject voor de opdrachtgever uitvoert. De student kent de doelgroep door en door en de opdrachtgever heeft zijn boodschap gereed. Nu is het tijd om de boodschap te verspreiden. Als communicatie professional kent de student de sterktes en de zwaktes van ieder medium en hij weet exact waar de (potentiële) klant zich bevindt, hierbij is timing everything. In deze module leert de student dan ook hoe hij een succesvolle crossmediale campagne ontwikkelt. Het crossmedia vakgebied richt zich op het optimaal laten samenwerken van de verschillende media, zoals internet, televisie, radio, print, social media, mobiele devices en events om zo de beoogde doelgroep op het juiste moment, met de juiste boodschap via het juiste medium te bereiken.
GKMACC verplicht	En wat levert communicatie op? Vaak blijkt het lastig de waardevolle bijdrage die de communicatiefunctie van een bedrijf heeft, concreet te benoemen. En dat terwijl communicatie management binnen een organisatie steeds meer een initiërende functie heeft, waarbij het hebben van overzicht en regie uitgangspunt is. Accountability helpt bij het meetbaar maken van de kwaliteit en effect van de communicatiefunctie. Ook ter onderbouwing van het vrij te maken budget leveren de inzichten in de ROI een waardevolle bijdrage: budgetten kunnen hoger uitvallen doordat je aangeeft dat de investering i geld voor de opdrachtgever oplevert! Kassa dus!
GKMDES verplicht	Jullie plan voor het campagneproject is in concept klaar, dan rest er nog een laatste stap: het uitwerken van de communicatiemiddelen op een professioneel niveau. De module Design helpt je deze middelen op een hoogwaardige manier te ontwerpen en hiermee kun je jullie opdrachtgever overtuigen en óomverblazenô. Jullie leveren middelen op die in principe nog één stap nodig zouden hebben. Hierbij kun je denken aan een dtper die het bestand drukklaar maakt nadat jij het hebt aangeleverd. In twee weken maak je de uitingen die je campagneplan aanvullen en ondersteunen. Denk hierbij aan posters, flyers, abriôs, landingspa
GKMORG	óZo doen we de dingen hier niet!ô i leert begrijpen. Het is een module voor studenten die op zoek zijn naar

	verdieping en niet vies zijn van zelfwerkzaamheid en daarmee het eigen leervermogen volop willen benutten. Je gaat een organisatie onderzoeken en antwoord geven op de vraag: ó Waarom doen ze de dingen daar zoal structuur, normen en waarden, formele en informele gewoontes, etc. Hiervoor ga je geen verslag schrijven, adviesrapporten maken, maar je gaat je eigen college maken en geven. Over een organisatiemodel, de toepassing ervan op een organisatie, wat je eraan hebt en wat ermee gedaan moet worden. Eindelijk een manier om aan je docenten te kunnen laten zien dat colleges ook heel interessant kunnen zijn ;)
GKMENG verplicht	Business presentation Hoe geef je een professionele presentatie in het Engels? De studenten presenteren de resultaten van je onderzoeksgegevens uit het Campagneproject op een zakelijke manier. Deze module borduurt voort op de lessen Engels uit het D-cluster waarin de student ook een presentatie heeft gegeven in het Engels waarin enige grammaticale, idiomatische fouten werden toegestaan. De student is aan het einde van deze module in staat een professionele presentatie te geven op B2/C1 niveau. Professional writing Je campagnevoorstel is af en als uitwerking daarvan kies je een (of meerdere) schrijfopdracht en gaan die uitwerken in het Engels. Dit kan een blog zijn, een artikel voor in een online, dan wel een offline magazine. Noem maar op. Het gaat erom dat je op een professionele manier je tekst in het Engels weergeeft. Deze module borduurt voort op correspondentiemodules uit het C en D cluster. In het G/cluster ligt de focus meer op schrijven van wervende en creatieve teksten met de nadruk op advies en voorlichting.
GKMGLO	In deze module krijgt de student te maken met een communicatievraagstuk in internationaal perspectief. Stel je werkt voor een bekend bedrijf. Grote kans dat dit bedrijf ook vestigingen en/of klanten in het buitenland heeft. Pas je je (interne en externe) communicatie daarop aan? En zo ja, hoe? Tijdens deze week wordt ingegaan op de onderliggende waarden en normen in verschillende landen en hoe die van invloed zijn op het denken en handelen van personen. De student analyseert een land in het bijzonder en schrijft vervolgens een communicatie advies voor een externe klant. Het is de kunst om jouw communicatie expertise te combineren met de pas verworven kennis van cultuur.
GKMSMM	Steeds meer organisaties monitoren actief hoe er over de organisatie gesproken wordt op social media. En houden daarbij in de gaten door wie een (eventuele) positieve of negatieve tweet verstuurd wordt. Om hier vervolgens zelf op te reageren en met externe stakeholders de conversatie aan te gaan.

	Tijdens deze weekmodule monitor en analyseert de student voor een externe opdrachtgever de berichtgeving op social media. Daarbij wordt gebruik gemaakt van één van de meest gebruikte tools in Nederland: Coosto (www.coosto.com). In duo´s voeren studenten een analyseopdracht uit (met o.a. de onderdelen: concurrentieanalyse, stakeholderanalyse en influencer analyse). Daarnaast verzorgt de studente ook de webcare voor één van de social media accounts van de externe opdrachtgever.
GKMCHM	Studenten gaan in deze module aan de slag met een externe opdracht voor een Goed Doel. Voor deze organisatie bedenken ze in 1 week een creatieve campagne om fondsen te werven van jongeren. De week start met een college over fondsenwerving waarbij de student kennis maakt met de marketing communicatie voor goede doelen en hoe deze afwijkt van ñgewoneò marketing opdrachtgever geïntroduceerd en krijgen de studenten uitgebreide informatie over de achtergronden (interne, externe analyse), de opdracht zelf en de onderzoeksresultaten die al beschikbaar zijn. De eerste, individuele, opdracht die de studenten maken is een doelgroepanalyse. Hiervoor maken ze gebruik van deskresearch, eventueel aangevuld met fieldresearch. Op dinsdagmiddag leveren de studenten een beknopte doelgroepanalyse in (2 A4). Op donderdag worden de studenten in groepen ingedeeld (46pp) om op basis van hun analyses, een creatieve conceptcampagne te ontwerpen. Deze zullen ze vrijdag presenteren aan de opdrachtgever
GKMARM	Deze module is specifiek voor het ómodiule maakt de student een roadmap op basis waarin de student beschrijft hoe zij aan gaat tonen beroepsbekaam te zijn.
GKMAOV	Deze module is specifiek voor het ónieuweô afstuc module voert de studenten onderzoekactiviteiten waarmee aangetoond kan worden dat de student op nivo 3 presteert en competent is met betrekking tot onderzoekende houding, het gebruik van onderzoek en onderzoek doen (individeel).

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm.
GKMBRA	¶ Kwaliteit analyse van de opdrachtgever m.b.v. merkwijzer ¶ Kwaliteit van het opgeleverde Merkboek
GKMSTO	¶ Onderbouwing/toepassing aan de hand van de Golden Circle ¶ Toepassing ingrediënten Corporate Story
GKMOND	¶ Kwaliteit inleiding en helderheid vraagstuk ¶ Kwaliteit theoretisch kader ¶ Kwaliteit onderzoeksvragen ¶ Kwaliteit methode van onderzoek ¶ Kwaliteit beperkingen & randvoorwaarden, planning, literatuurlijst en definities
GKMJOU	¶ Structuur artikel gebaseerd op een bouwplan ¶ Mate waarin doelgroepgericht geschreven is ¶ Gehanteerde stijl

	¶ Correct taalgebruik
GKMSEO	¶ Student is in staat om op effectieve wijze online marketingtools in te zetten.
GKMPRM	¶ Kwaliteit pr-plan voor een opdrachtgever ¶ Kwaliteit PR-middelen (vorm en inhoud) ¶ Overtuigingskracht richting opdrachtgever middels een presentatie van de voorgestelde pr-aanpak
GKMVCO	¶ Inzicht in organisatiestructuur en ï cultuur ¶ Duiding (collectief) te veranderen gedrag ¶ Kwaliteit en onderbouwing van het advies
GKMETH	¶ Mate waarin ethische dilemma voor de organisatie in kaart is gebracht. ¶ Mate waarin tenminste 5 spelers in het ethische dilemma in kaart zijn gebracht en onderbouwing mbv de WaardeRing. ¶ Mate waarin ethische modellen beargumenteerd toegepast zijn. ¶ Kwaliteit van de conclusie ¶ Kwaliteit van nieuwe kernboodschap ¶ Kwaliteit van het essay
GKMONL	¶ De student heeft inzicht in en adviseren over hoe digital, human, push en pull digitale communicatie zich tot elkaar verhouden ¶ De student heeft kennis van nieuwe technologieën in digitale communicatie
GKMIBR	¶ Kwaliteit analyse van communicatiebehoeftes stakeholders ¶ Kwaliteit communicatiestrategie inclusief doelstellingen en voor gestelde aanpak ¶ Kwaliteit representatie van de strategie m.b.v. film ¶ Overtuigingskracht advies aan opdrachtgever
GKMOVO	¶ Kwaliteit strategisch adviesplan ¶ Overtuigingskracht van de presentatie
GKMWVO	¶ Kwaliteit kernboodschap(pen), Q & ¶ Professionaliteit in de rol van woordvoerder ¶ Inzicht in en het verwoorden van eigen competenties en leerdoelen op het gebied van woordvoering
GKMVIS	¶ Onderbouwing essay: kwaliteit bronnen, gebruikte inzichten en trends ¶ Argumentatie/visie: eigen mening gebaseerd op onderbouwing en visie op communicatie in samenhang met gebruikte bronnen ¶ Correct Nederlands in stijl, spelling en grammatica ¶ Beschrijven eigen competenties aan de hand van DNCP ¶ Creatief vertalen van toekomstige competenties van de communicatieprofessional
GKMACP	¶ Kwaliteit analyse en diagnose communicatieprobleem binnen de onderzochte organisatie ¶ Gebruik relevante theorieën en modellen ¶ Kwaliteit geïntegreerd communicatieadvies ¶ Verkoopbaarheid advies externe opdrachtgever
GKMCUJ	¶ Theoretische toepassing blogvorm ¶ Volledigheid en kwaliteit van de analyse van de customer journey ¶ Onderbouwing advies aan de opdrachtgever ¶ Eigen ervaringen (van de customer journey) en advies weergegeven in blogvorm ¶ Kwaliteit peerfeedback

	¶ Correct Nederlands geschreven blogs
GKMCRO	¶ Kwaliteit analyse mediagedrag doelgroep(en) ¶ Kwaliteit crossmediaal mediaplan ¶ Kwaliteit crossmediaal concept ¶ Overtuigingskracht presentatie ¶ Alle criteria t.b.v. de Campagne
GKMACC	¶ Kwaliteit van de offerte ¶ Kwaliteit van de (mondelinge) verantwoording van het Accountabilitygedeelte.
GKMDES	¶ De student is in staat een origineel creatief concept te bedenken en te visualiseren. ¶ De student is in staat om m.b.v. typografie, kleur, beeld en layout een concept te visualiseren en uit te werken tot minimaal twee communicatiemiddelen.
GKMORG	¶ Kwaliteit analyse van een organisatie aan de hand van specifieke modellen ¶ Kwaliteit van de presentatie (in de vorm van een college) ¶ Kwaliteit van de argumentatie m.b.v. debat
GKMENG	English Business Presentation: ¶ Kwaliteit presentatievaardigheden van onderzoeksresultaten (t.b.v. Campagne) ¶ Correct gebruik Engels (Pronunciation, Fluency, Grammar, Content) ¶ English Professional Writing (article) ¶ Correct Engels (Grammar, Spelling, Punctuation, Headings) ¶ Structure (introduction, conclusion) ¶ Content (clear, professional, focus)
GKMGLO	¶ Juiste analyse van het land gebaseerd op cultuur theorieën ¶ Kwaliteit en overtuigingskracht van het advies ¶ Correct taalgebruik
GKMSMM	¶ Adequate opzet en uitvoering social media analyse, rondom één van de specifieke toepassingen ¶ Adequate rapportage over social media analyse ¶ Adequate uitvoering monitoring en inzet webcarestrategieën ¶ Adequate en creatieve rapportage
GKMCHM	Doelgroepanalyse ¶ Juist en volledig gebruik van bronnen ¶ Juiste conclusies & analyse (van bronnen) ¶ Heldere verwoording en taalgebruik ¶ Presentatie Concept Campagne ¶ Kwaliteit van campagne in verhouding tot de opdracht (worden de Doelstelling behaald) ¶ Onderbouwing van keuzes ¶ Creativiteit en uitwerking ¶ Overtuiging naar opdrachtgever
GKMARM	¶ Toont waar de student nu staat met betrekking tot de competenties ¶ Geeft inzicht in de route die gevolgd wordt om beroepsbekwaam te worden
GKMAOV	¶ Student laat zien over een onderzoekende houding te beschikken ¶ Student kan op adequate wijze onderzoek van derden gebruiken ¶ Student is in staat om zelfstandig onderzoek op te zetten en uit te voeren

Code deeltentamen	GKMBRA1A.5	GKMSTO1A.5	GKMOND1A.5	GKMJOU1A.5
Tentamenvorm	Merkboek	Corporate storytelling	Plan van aanpak	Doelgroepgericht geschreven artikel
Individueel/duo/groep	groep	groep	duo	individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4.		In dezelfde periode in overleg met de tutor van het campagne project GCATUT	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4.
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5,5	5.5
Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	Het behalen van deze toets is VOORWAARDELIJK voor het behalen van de OWE GCA	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMSEO1B.5	GKMPRM1A.5	GKMVCO1A.5	GKMETH1A.5
Tentamenvorm	Handleiding	Mediarelatieplan en persbericht	Analyse en advies gedrags verandering	Essay
Individueel/duo/groep	Duo	groep	groep (en individueel)	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4 / in overleg met docent			
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5.5	5.5

Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMONL1B.5	GKMOVO1A.5	GKMIBR1A.5	GKMWVO1A.2
Tentamenvorm	Advies online communicatie	Advies overheids communicatie	Advies Internal Branding	Persconferentie op film
Individueel/duo/groep	groep (en individueel)	groep	groep	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4.			
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5.5	5.5
Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMVIS1A.5	GKMCUJ1A.5	GKMAOV1A.5	GKMACP1A.6
Tentamenvorm	Essay + creatief product	Advies	Document	Diagnose communicatieprobleem
Individueel/duo/groep	individueel	Groep	Individueel	Groep
Aantal examinatoren	1	1	2	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing				
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5,5	5,5

Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMCRO1A.6	GKMACC1A.6	GKMARM1A.5	GKMDES1A.5
Tentamenvorm	Presentatie	Presentatie	Verantwoordings-document	Communicatie middelen
Individueel/duo/groep	Duo	Duo	Individueel	Duo
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4 / in overleg met docent			
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t.	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	V	5.5
Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMENG1A.5	GKMENG1A.6	GKMORG1A.6	GKMGLO1A.5
Tentamenvorm	Engels stukken afgeleid van campagne project	Presentatie	Presentatie en debat	Adviesrapport
Individueel/duo/groep	Writing individueel	Presentation duo	groep	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4.			
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5.5	5.5

Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMSMM1A.5		GKMCHM1A.6	
Toetsvorm	Adviesrapport		Presentatie	
Individueel/duo/groep	Groep		Groep	
Aantal examinatoren	1		1	
Tentamenperiode	n.v.t.		n.v.t.	
Herkansing				
Duur	n.v.t		n.v.t	
Hulpmiddelen	n.v.t.		n.v.t.	
Minimaal oordeel	5.5		5.5	
Weging	6,66 van totale OWE		6,66 van totale OWE	
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Nieuwe modules m.b.t. nieuw afstudeertraject: GKMAOV en GKMARM Toetscode GKMSEO1A.6 is gewijzigd in GKMSEO1B.5. Toets en inhoud zijn gewijzigd. Toetscode GKMONL1A.5 is gewijzigd in GKM-ONL1B.5. Toets en inhoud zijn gewijzigd. Toetscode GKMACC1A.2 is gewijzigd in GKMACC1A.6. Toets is gelijk qua inhoud en vorm. Modules GKMWCO, GKMADV en GKMAVP zijn komen te vervallen. Verplichting deelmodules GKMBRA, GKMPRM is vervallen.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	Deze wordt in studiejaar 2020/2021 voor het laatst aangeboden,

GCA Campagneproject (instroom september)

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Campagneproject Campaign project
Code onderwijseenheid	GCA
Opleiding / doelgroep	Communicatie VT Hoofdfase, G-cluster, niveau 3
Onderwijsperiode	P1+P2 (P3 en P4 alleen voor slepers)
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 7,5 EC** Contacturen: 19,5 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 190,5 **Totale studentbelasting (uren): 210**
Ingangseisen	De student heeft de stage en minor afgerond Er geldt voor deze OWE een aanwezigheidsverplichting

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	De COô er ontwerpt een campagne
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2011 1 Analyseren en onderzoeken 2. Ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid 3. Plannen en organiseren 4. Creëren en realiseren 5. Representeren
Algemene omschrijving	Binnen deze OWE vallen : Campagneproject In het Campagneproject wordt er met 2 studenten een concept campagne opgezet voor een externe opdrachtgever. Voorafgaand aan de campagne vindt er onderzoek plaats, die de probleemstelling binnen de organisatie helder moet maken en verdere inzichten moet opleveren. Op basis van de onderzoeksresultaten en conclusies wordt een strategie en communicatieconcept geformuleerd, die creatief vertaald wordt in een conceptcampagne. Het concept wordt middels een presentatie aan de opdrachtgever ñ v e c k t o ò . Met de campagne wordt een intern of extern communicatieprobleem opgelost. Dit kan bij een profit- of non-profitorganisatie. Ook zal er binnen het Campagneproject specifiek aandacht worden besteed aan een aantal ondersteunende vakken (ressorterend onder de OWE GKM), die binnen het Campagneproject integraal worden beoordeeld. Plan van Aanpak (zie ook GKMOND)

	In de eerste weken van het project worden masterclasses Onderzoek gegeven, die de studenten zullen ondersteunen bij het schrijven van een Plan van Aanpak. Voor het Campagneproject is het noodzakelijk om een goed Plan van Aanpak te schrijven. Om dat goed te kunnen doen is het prettig om nog eens helder op een rij te hebben wat de student in de opleiding heeft geleerd over onderzoek. (zie GKMOND) Het behalen van de module GKMOND (week 1.3 of 3.3) is voorwaardelijk om verder te mogen gaan met dit project. Strategiesessie (door tutor)- week 2.1 of 4.1 Tijdens deze gezamenlijke sessie worden de onderzoeksresultaten systematisch ingezet om een heldere strategie vast te stellen.. Studenten krijgen hiervoor de noodzakelijke tools aangereikt. Creatieve sessie (door vakdocent):week 2.3 of 4.3 Tijdens deze klassikale sessie verdiepen de studentgroepjes zich, onder begeleiding van een vakdocent, in de uitwerking van hun creatieve communicatieconcept, die aansluit op hun strategie. Crossmedia (zie GKMCRO) Tijdens deze weekmodule gaan de studenten bepalen welke media en middelen passen bij hun strategie en doelstelling. Hierbij wordt uitgegaan van de basisprincipes van Crossmedia, zoals Customer Journey. Accountability (zie GKMACC): De studentgroep leert in deze module de opbrengsten en kosten van de campagne te berekenen en te verantwoorden. Design (zie GKMDES): Tijdens deze weekmodule gaan de studenten met een Design docent aan de slag om (een aantal van) de gekozen middelen vorm te geven op basis van het creatief communicatieconcept dat ze eerder bedacht hebben. Leerdoelen: Onderzoek (kernwaarden bedrijf, concurrentie en doelgroep) leerdoel: inzicht verkrijgen in het vraagstuk, identiteit bedrijf, doelgroep en concurrentie, door onderzoek en toepassing theorie. Communicatiestrategie leerdoel: omzetten van resultaten en conclusies naar een communicatiestrategie. Creatieve sessie leerdoel: omzetten van de communicatiestrategie naar een creatief communicatieconcept. GKMCRO leerdoel: met welke middelen wordt de doelgroep bereikt en de doelstellingen behaald. GKMACC leerdoel: inzicht krijgen in de kosten van de campagne en de verhouding kosten/doelen/opbrengsten. Presentatie: leerdoel: leren verkopen van de campagne aan de opdrachtgever. GKMDES: leerdoel: middelen vormgeven in consistente lijn met creatief concept en strategie.
Samenhang	In dit project brengt de student de kennis van voorafgaande studiejaren in de praktijk door voor een opdrachtgever een onderzoek te doen en een

	advies uit te brengen. Naast deze module volgt de student in het G-cluster losse weekmodules. Deze zijn deels vrij keuze en deels verplicht of half verplicht. Er zijn 3 verplichte modules, zie ook hierboven, die qua kennis aansluiten op het Campagne Project. Bij deze modules zijn de opdrachten dan ook gekoppeld aan de opdracht van het Campagne Project.
Deelnameplicht onderwijs	Voor dit project geldt een aanwezigheidsplicht in overeenstemming met de tutor.
Maximumaantal deelnemers	N.v.t
Compensatiemogelijkheid	N.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Tutoring, strategiesessies, creatieve sessies, masterclasses. De student werkt in duoôs. Volgt in het begin 4 mater de student regelmatig de tutor over de voortgang. In week 3 leveren de studenten hun Plan van Aanpak in. Als dit plan voldoende is gaan ze verder met hun onderzoek. Na het onderzoek volgt een strategiesessie met de tutor, daarna een creatieve sessie met de vormgevingsdocent. Aan het einde van het semester volgen de studenten de 3 verplichte weekmodules en leveren ze hun adviesrapport op. Als deze voldoende is mogen ze hun advies presenteren. Aan het einde van het semester volgende de studenten nog een gezamenlijk college over pitchen.
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	N.v.t
Verplichte software / verplicht materiaal	N.v.t
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	N.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm Student moet een voldoende hebben gehaald op zijn plan van aanpak (GKMOND1A.5) als voorwaarde voor het afronden van het Campagne Project.
GCATUT1A.5	Communicatieplan: Student hanteert in de analyse een heldere methodologie en juiste verantwoording De analyse is gedegen/onderbouwd (bronvermelding): Communicatiestrategie is gebaseerd op het onderzoek, de theorie, strategisch inzicht en het doel van de opdracht. Het bijpassend creatief communicatieconcept heeft een passende duidelijke boodschap en sluit aan bij strategie en doelgroep De inzet van middelen/media is passend bij de strategie & concept, sluit aan bij de doelgroep en is voldoende om de doelstellingen te bereiken (qua middeleninzet en budget) Het implementatieplan is haalbaar/realistisch, financieel onderbouwd en organisatorisch doordacht Het campagnevoorstel is doeltreffend, passend en overtuigend Student heeft proces zelfstandig doorlopen, initiatief getoond, zich gehouden aan gemaakte afspraken en juist gereflecteerd op eigen handelen.

GCATUT1A.6	Presentatie: Aanleiding, probleemstelling en doelstelling worden duidelijk geformuleerd Uitgebreid inzicht gegeven in het bedrijf, concurrentie en doelgroep middels een moodboard, film of foto Het Communicatieplan wordt in logische volgorde en helder toegelicht Het creatief communicatie concept wordt helder, overtuigend en onderbouw uitgelegd. Creatieve uitwerking is verrassend, origineel en van een hoog niveau qua concept, visualisatie en compleetheid Vragen over zijn/haar plan/campagne worden onderbouwd beantwoord Conceptcampagne wordt overtuigend en enthousiast overgebracht. De ondersteunende presentatievorm is duidelijk en professioneel Voorwaarde om te mogen presenteren is een voldoende (> 55) voor het communicatieplan	
Naam deeltentamen	Adviesraport Campagne Project	Presentatie Campagne Project
Code deeltentamen	GCATUT1A.5	GCATUT1A.6
Tentamenvorm	Beroepsproduct- adviesrapport	Presentatie
Individueel / groep	Duo	Duo
Aantal examinatoren	1	1
Tentamenmoment	P2	P2
Herkansing	Verbeterd plan inleveren binnen de periode, i.o.m. docent	Verbeterde presentatie binnen de periode, i.o.m. docent
Duur tentamen	n.v.t..	15-30 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	Minimaal 5,5 Cijfer tussen 1 en 10 N.B. Een voldoende voor GKMOND1A.5 is voorwaardelijk	Minimaal 5,5 cijfer tussen 1 en 10
Weging	75% van totale OWE	25% van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	Vanaf SEM 2 2020/2021 wordt deze module niet meer aangeboden. Voor studenten die de module moeten herkansen wordt een overgangsregeling aangeboden.

Bijlage 1

Beschrijving van het onderwijs

Communicatie

(H9 uit de Onderwijs- en examenregeling voor Bacheloropleidingen)

9.3 Minoren van de opleiding ... 121
MBR Minor Brandmanagement verdiepend ... 121
MBR Minor Brandmanagement verbredend ... 124
MDC Minor Digital Communication ... 126
MPR Minor Public Relations & Mediarelaties ... 130
Minor Verandercommunicatie ... 135

9.4 Afstudeerrichtingen ... 139

9.5 Honours, talenten [illegible] ... 140
9.5.1 [illegible] ... 140
Honours Business Analytics – onderdeel van het honoursprogramma (HBDA) ... 140
Honours Communications, Uncertainty and Complexity – onderdeel van het honoursprogramma (HCUC) ... 143
Honours Strategisch Communicatiebeleid – onderdeel van het honoursprogramma (HSCP) ... 148
Honours Innoveren in de Praktijk – onderdeel van het honoursprogramma (HINP) ... 151
Honours Academic Skills – onderdeel van het honoursprogramma (HACS) ... 155
Honours Professional Skills – onderdeel van het honoursprogramma (HPS I) ... 158
Honours Afstudeerpaper – onderdeel van het honoursprogramma (HAOZ) ... 161
Honours Professional Skills – onderdeel van het honoursprogramma (HPS II) ... 164

Alleen voor studenten gestart vóór september 2017

Voltijd	A-cluster	B-cluster
Propedeuse Niveau 1	Market-i-AMM1 5 studiepunten	Market-i-BMO2 5 studiepunten
	Marketingcommunicatie Business ASMM2 5 studiepunten	Marketingcommunicatie 2 BMO2 2,5 studiepunten
	Business & Onderzoek Bedrijfseconomie 1 - ABO1 2,5 studiepunten	I COMMUNICATIE Communicatie theorie 7,5 studiepunten
	Business & Onderzoek 1 - ABO2 2,5 studiepunten	Belevingsonderzoek (BOZ) 7,5 studiepunten
	De professional ADP1 7,5 studiepunten	Integraal Taal- en T1 Proeve van Bekwaamheid
	Taal en Cultuur - Nederlands 1 en ATC1 2,5 studiepunten	Taal en Cultuur - Nederlands 3 en BTC1 2,5 studiepunten
	Taal en Cultuur - Engels 1 en ATC2 2,5 studiepunten	Taal en Cultuur - Engels 3 en BTC2 2,5 studiepunten
	Taal en Cultuur - Nederlands 1 en ATC2 2,5 studiepunten	Taal en Cultuur ENG-CO-BTC7 2,5 studiepunten

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

Voltijd			stp
Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
	Mediaproductie ï CMDV 12,5 studiepunten	Pijlers van Communicatieï DCPV 20 studiepunten	
	Kwalitatief Onderzoek ï COZ1V 10 studiepunten	Communicatie game ï DGMV 5 studiepunten	
	Taal & Cultuur TC3V-TCO1AV 7,5 studiepunten	Taal & Cultuur TC4V ï TCO1BV 5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
	EST Stage Nederland / buitenland 30 studiepunten	Minor/ studie buitenland 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
	Campagne Project ï GCA-TUT 7,5 studiepunten	Afstudeeropdracht ï HAO 30 studiepunten of Afstudeeropdracht HAP** 30 studiepunten	
	Keuzemodule- GKM 22,5 studiepunten		

Of

Jaar 2	C-cluster Niveau 2	D-cluster Niveau 2	60
	Mediaproductie ï CMD 15 studiepunten	Pijlers van Communicatieï DCP 17,5 studiepunten	
	Kwalitatief Onderzoek ï COZ1 10 studiepunten	Communicatie game ï DGM 7,5 studiepunten	
	Taal & Cultuur TCO 1A & 2A 5 studiepunten	Taal & Cultuur TCO 1B & 2B 5 studiepunten	
Jaar 3	E-cluster Niveau 2	F-cluster Niveau 2 of 3	60
	EST Stage Nederland / buitenland 30 studiepunten	Minor/ studie buitenland 30 studiepunten	
Jaar 4	G-cluster Niveau 3	H-cluster Niveau 3	60
	Pilot onderzoek 7,5 studiepunten	Afstudeeropdracht ï HAO 30 studiepunten of Afstudeeropdracht HAP* 30 studiepunten	
	Keuzemodule- GKM 22,5 studiepunten		

*nieuwe afstudeertraject waarmee we in februari 2021 een pilot gaan draaien met een vooraf geselecteerde groep studenten.

9.1 Onderwijseenheden van de propedeuse

A-cluster

Merkenbouwer Kennis AMK

<table>
<tr><td colspan="2">1. Algemene informatie</td></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Merkenbouwer Kennis</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>AMK</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 1</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 2,5 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>9</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>61</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>70</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>Geen</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">2. Inhoud en organisatie</td></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je hebt kennis van en inzicht in de basisstappen van een marketingcommunicatieplan.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Body of Knowledge:
2. Marketing communicatie</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Je hebt kennis van en inzicht in de basisstappen van een marketingcommunicatieplan en communicatiemiddelen.</td></tr>
<tr><td>Samenhang</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Deelnameplicht onderwijs</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Maximumaantal deelnemers</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Compensatiemogelijkheid</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Activiteiten en/of werkvormen</td><td>Hoorcolleges</td></tr>
<tr><td>Verplichte literatuur/
E H V F K U L M Y L Q J ³ O H</td><td>Floor, Van Raaij & Bouwman. Marketingcommunicatiestrategie (7e druk).</td></tr>
<tr><td>Verplichte software / verplicht materiaal</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)</td><td>n.v.t.</td></tr>
</table>

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Je toont kennis en begrip in de volgende componenten voor het maken van een marketingcommunicatieplan in die volgorde: 1. Merk 2. Doelgroep 3. Concurrentie 4. Doelstelling 5. Strategie 6. Middelen 7. Budget en regelgeving
Naam deeltentamen	Kennistoets Merkenbouwer Kennis
Code deeltentamen	AMKMER1A.2
Tentamenvorm	PC tentamen
Individueel / groep	Individuele beoordeling
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T1
Herkansing	T1
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Toetscode AMKMER1A.1 gewijzigd in AMKMER1A.2
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Merkenbouwer Integraal AMI

<table>
<tr><td colspan="2">1. Algemene informatie</td></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Merkenbouwer Integraal</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>AMI</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 1</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 5 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>36</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>104</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>140</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>N.v.t.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">2. Inhoud en organisatie</td></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je creëert een storyboard op basis van een communicatieplan en een reclameverhaal.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
1. Context & Strategie
3. Concept & Creatie

Body of Knowledge:
2. Marketing communicatie
3. Media & Concepting
4. Onderzoek
6a. Nederlandse taal</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Je maakt bij AMIKEN een marketingcommunicatieplan en analyseert daartoe het merk, de doelgroep en de concurrentie. Bij Engels maak je een analyse van het brand design. Je formuleert vervolgens een passende positionering en vertaalt deze bij Nederlands in een reclameverhaal. Vanuit het reclameverhaal wordt bij design een storyboard ontwikkeld en vormgegeven. Bij AMIPROF onderzoek je jouw ker Q Z D D U G H Q H Q L G H Q W L W H L W D D Q L N ¶</td></tr>
<tr><td>Samenhang</td><td>OWE Merkenbouwer Kennis (AMK)</td></tr>
<tr><td>Deelnameplicht onderwijs</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Maximumaantal deelnemers</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Compensatiemogelijkheid</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Activiteiten en/of werkvormen</td><td>Hoor- en werkcolleges in groepen van ongeveer 5 studenten.</td></tr>
<tr><td>Verplichte literatuur/ E H V F K U L M Y L Q J ³ O H</td><td>Floor, Van Raaij & Bouwman. Marketingcommunicatiestrategie (7e druk).</td></tr>
<tr><td>Verplichte software / verplicht materiaal</td><td>n.v.t.</td></tr>
</table>

Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering			
Beoordelingscriteria			
AMIKEN1A.7	Marketingcommunicatieplan x een volledige analyse van een merk en x alle onderdelen van een marketingcommunicatieplan zijn juist ingevuld.		
AMIVER1A.7	Reclameverhaal x creëert op basis van de positionering een reclameverhaal, waarbij de tekst begrijpelijk is, aandacht vasthoudt, beschrijvend is van aard en een goede schriftelijke vertaling is van het merk.		
AMIDES1A.7	Storyboard x vertaalt de positionering en het reclameverhaal door naar een storyboard (groepswerk) waarin de visuele identiteit duidelijk herkenbaar is en bewerkt beeld (individueel) d.m.v. Photoshop.		
Naam deeltentamen	Merkenbouwer Integraal | Marketingcommunicatieplan	Merkenbouwer Integraal | Reclameverhaal	Merkenbouwer Integraal | Storyboard
Code deeltentamen	AMIKEN1A.7	AMIVER1A.7	AMIDES1A.7
Tentamenvorm	Project	Project	Project
Individueel / groep	Groepsbeoordeling	Groepsbeoordeling	Groepsbeoordeling en individuele beoordeling
Aantal examinatoren	1 per klas	1 per klas	1 per klas
Tentamenmoment	Optie 1: OW 1.4 of 1.7 Optie 2: OW 2.9	Optie 1: OW 1.4 of 1.7 Optie 2: OW 2.9	Optie 1: OW 1.4 of 1.7 Optie 2: OW 2.9
Herkansing	in overleg met de docenten, uiterlijk week 2.9	in overleg met de docenten, uiterlijk week 2.9	in overleg met de docenten, uiterlijk week 2.9
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen			
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5.5
Weging	60%	15%	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldings termijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien

Webweter Kennis AWK

<table>
<tr><th colspan="2">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Webweter Kennis</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>AWK</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 1</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 2,5 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>9</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>61</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>70</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>Geen</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">2. Inhoud en organisatie</th></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je begrijpt de rol van de website en online marketing tools binnen de middelenmix en weet hoe je deze effectief kan inzetten.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO kwalificaties 2018
2. Doelgroep & Gedrag
3. Concept & Creatie

Body of Knowledge:
2. Marketing communicatie
4. Onderzoek</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Je krijgt kennis en begrip op de vo
x Marketing
x Online marketing
x Online marketingcommunicatie
x AIDA
x Cialdini
x HTML
x CMS
x Zoekmachinemarketing
x Conversie-optimalisatie
x Digital analytics</td></tr>
<tr><td>Samenhang</td><td>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.</td></tr>
<tr><td>Deelnameplicht onderwijs</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Maximumaantal deelnemers</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Compensatiemogelijkheid</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Activiteiten en/of werkvormen</td><td>Interactief hoorcollege met oefeningen</td></tr>
</table>

Verplichte literatuur/ E H V F K U L M Y L Q J ³ O H	Basisboek Online Marketing - Visser & Sikkenga
Verplichte software / verplicht materiaal	DiSC-profiel
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	J e h e b t k e n n i s e n b e g r i p o p d e v o l x Marketing x Online marketing x Online marketingcommunicatie x AIDA x Cialdini x HTML x CMS x Zoekmachinemarketing x Conversie-optimalisatie Digital analytics Alle onderwerpen komen aan bod met Online Marketing als overkoepelende thema.
Naam deeltentamen	Webweter Kennis
Code deeltentamen	AWKWEB1A.1
Tentamenvorm	Schriftelijk tentamen
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T1
Herkansing	T1
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering		
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood.	
AWIWEB1B.7	WordPress website wordt beoordeeld op: x Technisch in orde & gebruiksvriendelijk x Professionele opmaak x Effectieve content	
AWIWEB1A.5	Webtekst x Professionele tekst x Voldoet aan eigenschappen webtekst x Nederlands taalgebruik	
Naam deeltentamen	Webweter Integraal	Webweter Integraal webtekst
Code deeltentamen	AWIWEB1B.7	AWIWEB1A.5
Tentamenvorm	Project	Inleveropdracht
Individueel / groep	Individuele beoordeling	Individuele beoordeling
Aantal examinatoren	Minimaal 1	Minimaal 1
Tentamenmoment	Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7	Optie 1: OW 1.4 Optie 2: OW 1.7
Herkansing	Binnen het semester i.o.m. de docenten	Binnen het semester i.o.m. de docenten
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)	5,5 (op alle onderdelen)
Weging	75%	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Doelgroepkenner Kennis ADK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Doelgroepkenner Kennis
Code onderwijseenheid	ADK
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 2
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Contacturen: 13,5 Uren voorbereiding/zelfstudie: 56,5 **Totale studentbelasting (uren): 70,0**
Ingangseisen	n.v.t.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je kan een doelgroep segmenteren, onderzoek doen naar deze doelgroep en op basis van dit onderzoek een communicatie-uiting voor die doelgroep creëren.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 2. Doelgroep & Gedrag 3. Concept & Creatie Body of Knowledge: 2. Marketing communicatie 3. Media & Concepting
Algemene omschrijving	In deze module verkrijg je kennis die nodig is om een doelgroep te segmenteren en om de bij de doelgroep passende communicatie- en media mix te selecteren.
Samenhang	n.v.t.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	30
Compensatiemogelijkheid	Nee
Activiteiten en/of werkvormen	De colleges bestaan uit een mix van hoor- en werkcolleges.
Verplichte literatuur/ b e s c h r i j v i n g ñ l	K. Floor, F. van Raaii, & M. Bouwman (2015). Marketingcommunicatiestrategie, 7e druk, Noordhoff Uitgevers.
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

Doelgroepkenner Integraal ADI

<table>
<tr><td colspan="2">1. Algemene informatie</td></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Doelgroepkenner Integraal</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>ADI</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 2</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 5 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>30</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>110</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>140</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>n.v.t.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">2. Inhoud en organisatie</td></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je kan een doelgroep segmenteren, onderzoek doen naar deze doelgroep en op basis van dit onderzoek een communicatie-uiting voor die doelgroep creëren.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
2. Doelgroep & Gedrag
3. Concept & Creatie

Professional Skills:
1. Onderzoekend vermogen
3. Samenwerken
4. Reflectief vermogen
7. Wendbaarheid

Body of Knowledge:
2. Marketing communicatie
3. Media & Concepting
4. Onderzoek
6a. Nederlandse taal
6b. Engelse taal</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>In deze module voer je in een team van 4 personen onderzoek naar doelgroepen uit ten behoeve van een marketingcommunicatievraagstuk.

Met behulp van kennis over het segmenteren van doelgroep, kom je tot een zinvol segment en analyseer je de Excel data over dit segment (er wordt o.a. gekeken naar sociaal demografische, psychografische kenmerken en mediagedrag van de doelgroep). Deze data verrijk je met behulp van internetbronnen over het doelgroepsegment. De resultaten vertaal je in een beschrijving van je doelgroep en je stelt een profiel</td></tr>
</table>

	x De gebruikte informatie is herleidbaar naar bronnen door juist gebruik van APA in het Engels x Engelse spelling, idioomgebruik en grammatica (ERK B2) zijn correct toegepast			
Naam deeltentamen	Doelgroepkenner Integraal			
Code deeltentamen	**ADIANA1A.7**	**ADIREC1A.5**	**ADIPROF1A.6**	**ADISTO1A.5**
Tentamenvorm	Project	Project	Project	Project
Individueel / groep	Groep	Individueel	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenmoment	Optie 1: OW 2.4 Optie 2: OW 2.7			
Herkansing	In overleg met de docent in OW 2.10.			
Duur tentamen	n.v.t.			
Toegestane hulpmiddelen				
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)			
Weging	60%	20%	10%	10%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.			
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).			

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

	- Onderwijsleergesprekken - Een game waarin analyse doorvertaald wordt naar advies ten aanzien van een realistische, relevante casus.
Verplichte literatuur/ beschrijving ñl	- Reijnders, E., Hogendoorn, M., Koning, A., De Laat, C. & Van Silfhout, L. (2015) *Basisboek Interne Communicatie* (geheel herziene 8e druk). Assen: Van Gorcum - Verder zijn de powerpoints van
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Je hebt kennis en begrip van organisatiemodellen over structuur, cultuur, leiderschapsstijl en van 1.0 naar 3.0 organisaties. Je hebt kennis en begrip van interne communicatie.
Naam deeltentamen	Organisatieontdekker Kennis
Code deeltentamen	AOKORG1A.1
Tentamenvorm	Schriftelijk tentamen
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	T2
Herkansing	T2
Duur tentamen	90 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

	eerste modules van de opleiding. Je kan feedback vragen en geven en bent je bewust van eigen (subjectieve) denken, handelen en (professionele) houding.
Samenhang	In deze module pas je kennis toe die je vergaart bij de OWE Organisatieontdekker Kennis. (AOK)
Deelnameplicht onderwijs	Deelname is facultatief
Maximumaantal deelnemers	6 studenten per tutorgroep, maximaal 6 tutorgroepen per klas
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Tijdens de ingeplande tutormomenten wordt de theorie uit de kennislessen besproken en toegepast op de stageorganisatie. Binnen de tutorgroep is gekozen voor zeer diverse organisaties, zodat de je ook zicht krijgt op de gang van zaken in een ander type organisatie. De tutor bepaalt de verschillende werkvormen. Aan de orde komen: - Discussies - Uitwisseling van ervaringen (bin tutorgroep)
Verplichte literatuur/ EHVFKULMYLQJ ³OH	Deel eerst of uit AOK is leidend, in ov theorieô toevoegen aan de analyse
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t. je bent vrij om te bepalen in welk programma hij het vlog maakt.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoende aan de richtlijnen van A. TaalCOde Rood en het B. APA-alarm Analyse van de organisatie, inclusief posts op interne media (45%) x Alle gegeven modellen worden correct toegelicht/ingevuld voor de organisatie x Rapport bevat toelichting op eigen prestatie, reflectie op vooraf verwachte leer- en werkdoelen en reflectie op de verworven inzichten over de verschillende organisaties uit de subgroep. x De posts op interne media zijn toegevoegd aan het rapport, sluiten in vorm én inhoud aan bij de analyseresultaten Vlog (20%) x Voldoet aan de vormeisen: o 1 minuut o Bepaalde edit technieken zijn toegepast o Minstens 3 shots o Gebruik van leader en bumper o Gebruik captions/supers o Gebruik (achtergrond) muziek x Voldoet aan inhoudelijke eisen: o geeft beeld van de organisatie

	o toont eigen mening student over organisatie o bruikbaar door/voor organisatie *Presentatie (35%)* x Vormeisen: o Max 10 minuten presentatie o Logische opbouw o Aantrekkelijke opening o Overtuigend o Verstaanbaar o Non-verbale elementen x Inhoudelijke eisen: o Presentatie geeft inzicht in persoonlijke ontwikkeling door de stage. o Kan vanuit theorie beargumenteerd antwoord geven op vragen over de organisatie o Kan de persoonlijke professionele ontwikkeling toelichten.
Naam deeltentamen	Organisatieontdekker Integraal
Code deeltentamen	AOIORG1A.7
Tentamenvorm	Project
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	Voor alle studenten (optie 1 en optie 2) is het toetsmoment in OW 2.8
Herkansing	Binnen het semester i.o.m. de beoordelende docent
Duur tentamen	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)
Weging	100%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens Het toetsmoment is automatisch geroosterd in OW 2.8
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	N.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	N.v.t.

B-cluster

Contentmaker Kennis BMK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE) en code	Contentmaker Kennis (BMK) code: BMKCON
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 3
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Contacturen: 9 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 61 klokuren **Totale studentbelasting (uren): 70**
Ingangseisen	Geen.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	De student kan met behulp van ondersteunende theorie een contentkalender opstellen of beoordelen en doelgroepgerichte, relevante content produceren en bepalen.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 2. Ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid 5. Representeren
Algemene omschrijving	Binnen deze module leren studenten theoretische kennis over relevante onderwerpen om content te maken. Zoals nieuwe media, crossmediale communicatie, online medialandschap, social business, contentstrategie, trends, trendwatching en interactiviteit.
Samenhang	De kennis en theorie die behandeld wordt in de kenniscolleges, wordt toegepast in de integrale colleges. Deze integrale colleges omvatten de W K H P D ¶ V & R Q W H Q W N D O H Q G H U 1 H G H U O D Q G V
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	
Activiteiten en/of werkvormen	De kenniscolleges bestaan uit hoorcolleges, afgewisseld met opdrachten over de behandelde theorie en kennis in deze hoorcolleges.
Verplichte literatuur/ beschrijving ³ O H H U V W R I	De Waij, A. (2017). *Content! Zuurstof voor je klanten* (1e druk). Culemborg: Van Duuren Management
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

Contentmaker Integraal BMI

<table>
<tr><th colspan="2">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Contentmaker integraal</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>BMI</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 3</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 5 EC

<table>
<tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr>
<tr><td>Contacturen</td><td>36</td></tr>
<tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>104</td></tr>
<tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>140</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>Geen</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">2. Inhoud en organisatie</th></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je kan een contentkalender opstellen en daarbij passende content produceren.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
1. Context & Strategie
2. Doelgroep & Gedrag
3. Concept & Creatie
4. Planning & Organisatie

Professional Skills:
1. Onderzoekend vermogen
2. Innovatie kracht
4. Reflectief vermogen
6. Ethisch besef

Body of Knowledge:
6a. Nederlandse taal
6b. Engelse taal</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Binnen deze OWE ga je werken aan de creatie van content op basis van een doordachte strategie. Content kan bestaan uit tekst, foto of video. In een wereld van informatie-overload is relevante content meer dan belangrijk om op te vallen en om doelgroepen te bereiken. 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</td></tr>
</table>

BMIPROF1A.8	Professionele competenties (20%) x Leerdoelen formulerenen passende activerende werkvorm x Logische opbouw en verantwoording bronnen x Peerfeedback.		
Naam deeltentamen	Contentmaker Integraal	Nederlands	Design
Code deeltentamen	**BMICON1A.7**	**BMITEK1A.5**	**BMIDES1A.5**
Tentamenvorm	Project (portfolio)	Inleveropdracht	Beroepsproduct
Individueel / groep	Groeps- en individuele beoordeling	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1
Tentamenmoment	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	i.o.m. de docenten	i.o.m. de docenten	i.o.m. de docenten
Duur tentamen	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5	5,5
Weging	50%	10%	10%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Woordvoerder kennis BWK

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Woordvoerder kennis
Code onderwijseenheid	BWK
Opleiding / doelgroep	Propedeusefase opleiding Communicatie
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode 3
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 2,5 EC** Contacturen: 9 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 61 **Totale studentbelasting (uren): 70**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Je kan als woordvoerder (zowel in gesproken als geschreven woord) optreden**.**
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context & Strategie 2. Doelgroep & Gedrag 5. Overtuiging & Draagvlak Body of Knowledge: 1. Corporate communicatie 6. Ethisch besef
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.
Samenhang	Deze OWE hangt samen met de OWE BWI. In deze OWE krijg je de kennis aangereikt die in BWI wordt toegepast.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Nee
Activiteiten en/of werkvormen	Hoorcolleges
Verplichte literatuur/ EHVFKULMYLQJ ³OH	‡ 5HDGHU RQOLQH YLD)ROOLR ‡ +RRIGVWXN HQ SDUDJ&UDDI Raaij, XLW)ORRU

	verband brengen met vooraf verwachte leer- en werkdoelen
Samenhang	Deze OWE hangt samen met de OWE BWK. In BWK krijg je de kennis aangereikt die in BWI wordt toegepast.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Nee
Activiteiten en/of werkvormen	Hoor- en werkcolleges.
Verplichte literatuur/ E H V F K U L M Y L Q J ³ O H	- Reader - Hoofdstuk 15 en paragraaf 10.5 uit: Floor & Van Raaij, Marketingcommunicatiestrategie - PowerPoints en lessen van BWK-KEN (kennis)
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering		
Beoordelingscriteria		
BWIMED1A.4	- 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.	
BWIPER1A.5	- tekst moet begrijpelijk zijn - tekst moet oprolbaar zijn (nieuws bovenaan) - tekst moet objectief geschreven zijn o een redactioneel perspectief hebben o overtuigend door inhoud/ niet commerciële stijl - tekst moet doelgroep overhalen bericht te plaatsen kernboodschap van de organisatie is herkenbaar	
BWIINT1A.5	- vragen en woordkeuze passend bij het medium - samenvatten en doorvragen - begrijpelijk Engels (ERK B2)	
Naam deeltentamen	Mediaoptreden	Persbericht
Code deeltentamen	BWIMED1A.4	BWIPER1A.5
Tentamenvorm	Mondeling	Inleveropdracht
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1

Tentamenmoment	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent
Duur tentamen	1 lesuur	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	Geen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)	5,5 (op alle onderdelen)
Weging	50%	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens Voorwaardelijk voor deelname aan BWI-MED: PR-plan, peerreview PR-plan en Q&A ingeleverd.	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke individuele beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak). Het beoordelingsformulier wordt door docent op Handin geplaatst.	Schriftelijke individuele beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak)). Het beoordelingsformulier wordt door docent op Handin geplaatst.

Naam deeltentamen	Written interview
Code deeltentamen	BWIINT1A.5
Tentamenvorm	Inleveropdracht
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	Optie 1: OW 3.4 Optie 2: OW 3.7
Herkansing	In overleg met docent
Duur tentamen	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5 (op alle onderdelen)
Weging	25%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan de OWE BWI geldt als aanmelding voor het tentamen.
Nabespreking en inzage	Individueel. Beoordelingsformulier wordt op Handin geplaatst.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Voorwaardelijk voor deelname aan BWI-MED: PR-plan, peerreview PR-plan en Q&A ingeleverd.

Onderzoeker 1 BOK

<table>
<tr><td colspan="2">1. Algemene informatie</td></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Onderzoeker 1</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>BOK</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 4</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 5 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Geprogrammeerde contacttijd</td><td>38</td></tr><tr><td>Geprogrammeerde onderwijstijd voor zelfwerkzaamheid en stage</td><td>102</td></tr><tr><td>Totaal geprogrammeerde onderwijstijd</td><td>140</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>n.v.t.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">2. Inhoud en organisatie</td></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je kan kwantitatief communicatie-onderzoek uitvoeren met een onderzoekende houding.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
1. Context & Strategie
2. Doelgroep & Gedrag

Professional Skills:
1. Onderzoekend vermogen
4. Reflectief vermogen

Body of Knowledge:
4. Onderzoek
6b. Engelse taal</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Binnen deze OWE vallen de modules:
1. BOK-KEN Basiskennis Onderzoek
2. BOK-SPS SPSS
3. BOK-HOU: onderzoekende houding
4. BOK-NEW Newspaper presentation

In de module Basiskennis Onderzoek wordt je vertrouwd gemaakt met de basale onderzoeksbegrippen.

In de module SPSS leer je werken met SPSS als instrument om kwantitatieve data te analyseren, inclusief toetsen van statistische verbanden op basisniveau. De kennis en toepassing van SPSS wordt getoetst binnen het project Onderzoeker 2. Een voldoende beoordeling van de SPSS-opdrachten is voorwaardelijk voor het behalen van de module Onderzoeker 1.

In de module Onderzoekende houding voert de student diverse</td></tr>
</table>

	3. Student kan voorbeelden noemen van misleidende onderzoeksresultaten of nieuws 4. Weet hoe eigen nieuwsvoorziening is en kan daarop reflecteren	
BOKNEW1A.6	In de presentatie over het portfolio Onderzoekende houding wordt de student beoordeeld op de volgende criteria: ¶ Weten wat een onderzoekende houding en kan dit uiteenzetten ¶ Reflecteren op eigen onderzoekende houding. ¶ Je kan voorbeelden noemen van misleidende onderzoeksresultaten of nieuws. ¶ Weet hoe eigen nieuwsvoorziening is en kan daarop reflecteren. De analyse *is randvoorwaardelijk* voor het mogen houden van de presentatie. In de presentatie over de randvoorwaardelijke analyse van de berichtgeving word je beoordeeld op de volgende criteria: ¶ Pronunciation ¶ Fluency ¶ Grammar ¶ Content and level	
BOKSPS1A.2	Student kan werken met SPSS als instrument om kwantitatieve data op beschrijvend niveau te analyseren en kan toetsen van statistische verbanden op basisniveau uitvoeren.	
Naam deeltentamen	Kennistoets onderzoeker 1	SPSS Opdrachten
Code deeltentamen	BOKKEN1A.1	BOKSPS1A.2
Tentamenvorm	Schriftelijk	Opdrachten in de klas
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1	1
Tentamenmoment	T4	P4
Herkansing	T5	In overleg met docent
Duur tentamen	90 minuten	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	Voldoende / onvoldoende
Weging	50%	Voorwaardelijk
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	Voor schriftelijke tentamens schrijf je je in via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Inzage van het tentamen én feedbackcollege op tentamenstof als voorbereiding op de herkansing.	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Tentaminering vervolg		
Naam deeltentamen	Presentatie News (Engels)	Onderzoekende houding
Code deeltentamen	BOKNEW1A.6	BOKHOU1A.8

Onderzoeker 2 BOP

<table>
<tr><th colspan="2">1. Algemene informatie</th></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Onderzoeker 2</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>BOP</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Propedeusefase opleiding Communicatie</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>Onderwijsperiode 4</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 7,5 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>52</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>158</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>210</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>n.v.t.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">2. Inhoud en organisatie</th></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Je kan kwantitatief communicatie-onderzoek uitvoeren en daarover rapporteren.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
2. Doelgroep & Gedrag
4. Planning & Organisatie
5. Overtuiging & Draagvlak

Professional Skills:
1. Onderzoekend vermogen
3. Samenwerken
4. Reflectief vermogen
5. Empathisch vermogen

Body of Knowledge:
4. Onderzoek</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Binnen deze OWE vallen de modules:
- BOP-PRO: Project onderzoek.
- BOP-RAP: Rapport
- BOP-PROF: Persoonlijke professionele ontwikkeling

In de module Project onderzoek geldt dat je in drietallen compact kwantitatief onderzoek uitvoert, en de resultaten hiervan analyseert en conclusies trekt. Dit doe je op basis van een gegeven opdracht, probleemstelling en theoretisch kader. Je doet verslag van dit onderzoek in een compacte (factsheet)rapportage, en geeft hierin tevens aanbevelingen aan de opdrachtgever en reflecteert op de kwaliteit van het uitgevoerde onderzoek. Je geeft aan het eind van de periode een presentatie van het onderzoek (formatief) en ontvangt zo feedback die verwerkt dient te worden in de eindrapportage

In de module Rapporteren ontvang je van de docent taalvaardigheid</td></tr>
</table>

	bijbehorende (deel)tentamens	
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

* De drie deeltentamens, BOPPRO1A.7, BOPRAP1A.2 en BOPPROF1A.9 zijn inhoudelijk en procesmatig zodanig met elkaar verbonden dat bij een onvoldoende op de herkansing van een van de drie deeltentamens het gehele project het volgende studiejaar opnieuw gedaan moet worden.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

	Ook wordt bekeken of de student over het juiste startniveau van Nederlands en Engels beschikt aan de hand van een taaltoets. In de startweek in periode 3 gaan studenten aan de slag met oa een experiment over gedragsbeïnvloeding en wordt er aandacht besteed aan samenwerking, groepsbinding
Samenhang	De Professional hangt samen met alle alles wat studenten in de PROF leerlijn in de propedeuse gedaan hebben.
Deelnameplicht onderwijs	n.v.t.
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Zelfstandig / individueel , groepswerk/samenwerken, presenteren/ pitchen, ministage, reflecteren, solliciteren
Verplichte literatuur/ E H V F K U L M Y L Q J ³ O H	DiSC-profiel Aanbevolen: account op www.hogeschooltaal.nl
Verplichte software / verplicht materiaal	Betaald DiSC-profiel (zie boekenlijst)
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Sollicitatie: Je reflecteert via STARR-methode op zelfsturend leren, empathisch vermogen en samenwerken (portfolio). Je bent in staat jezelf (in de pitch) bewust te profileren om zo je geschiktheid voor de hoofdfase aan te tonen. Je kan uitgebreid onderbouwen welke beroepsrollen bij jou passen. Je maakt een vertaalslag vanuit de reflectie en leerdoelen naar de hoofdfase van de opleiding (transfer). Taaltoets Nederlands Je beheerst de Nederlandse taal op 3F-niveau op de onderdelen werkwoordspelling, algemene spelling, interpunctie en stijl. Taaltoets Engels Je beheerst de Engelse taal op ERK B2-niveau op de onderdelen Engelse spelling, idioom en grammatica.
BPROFSOL1A.9	Voor de sollicitatie geldt dat je individueel een portfolio samenstelt met een reflectie waarin je aangeeft wat je het afgelopen jaar hebt geleerd van de Professional Skills. In een sollicitatiebrief legt je kort en krachtig uit (max. 2 A4) waarom je vindt dat je door kan naar het tweede jaar van de opleiding communicatie. Vervolgens vindt de sollicitatie plaats. Je geeft een persoonlijke pitch waarna een gesprek plaatsvindt, waarin je met een beoordelaar over jouw persoonlijke ontwikkeling en jouw gedachten over het communicatievak praat en waarin je kan aantonen dat je je ontwikkeld hebt op de Professional Skills en waarmee je de link legt met jouw DiSC-profiel. Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat je moet voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde rood en het APA-alarm.

IT1 Integrale toets 1 Propedeuse voltijd CO

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE) en code	Integrale toets 1 Propedeuse Integral Exam 1
Code onderwijseenheid	IT1
Opleiding / doelgroep	CO Voltijd, propedeuse, niveau 1
Onderwijsperiode	Onderwijsperiode P4
Studiepunten/ studielast	Aan IT1 zijn géén studiepunten gekoppeld. Dit betreft een eigen onderzoek van de examencommissie (conform artikel 7.10, lid 2 van de WHW).
Ingangseisen	Studenten moeten minimaal het A- en een gedeelte van het B-cluster hebben gevolgd.

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	Proeve van Bekwaamheid x Businessplan o.b.v. productintroductie inclusief communicatieplan x Presentatie
Eindkwalificaties	Loco Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 3. Concept & Creatie Professional Skills: 1. Onderzoekend vermogen 2. Innovatie kracht 3. Samenwerken 8. Netwerken
Algemene omschrijving	Deze OWE bestaat uit de Proeve van Bekwaamheid. De PvB is de integratieve toets waarbij de kennis en vaardigheden van de vakgebieden marketing, communicatie, onderzoek, Nederlands, Engels, Sales en bedrijfseconomie samenkomen. In een programma van een week schrijft de student, samen met 4-6 groepsgenoten van verschillende opleidingen, een Business Plan voor een door henzelf te bedenken fysiek product, dat zij, naar hun specificaties geproduceerd, inkopen. Dit Business Plan bevat een marktanalyse, op basis waarvan een strategie en implementatieplan (inclusief communicatie) wordt geschreven. Daarnaast bevat het plan een bedrijfseconomische onderbouwing. Naast het schrijven van het rapport, bevat het plan ook een Engelstalige samenvatting. Studenten presenteren het Business Plan aan een investeerder/retailer. Ook beoordelen studenten elkaar in een Peer Assessment. Dag 1: in de centrale kick-off krijgen studenten instructie voor het schrijven van een Business Plan voor een fysiek product. Aansluitend

	- Studenten hebben deelgenomen aan peerassessment - Bijlageboek is bijgevoegd met de onderdelen: x Operationalisatie van begrip naar indicatoren x Interviewvragenlijst x Transcripten en geluidsopnames interviews x Zoekquery Coosto x Thick description + relevante citaten tbv infographic x Stakeholderanalyse Tussentijdse groepstoetsen: Tussentijdse toets 1. Operationaliseren van het vraagstuk. In de projectgroep ga je aan de slag met het doorvertalen van de onderzoeksopzet die door de docent gegeven wordt, naar de concrete uitvoering van het onderzoek. Hiervoor geldt: Het onderzoek is gedegen opgezet. De theorie t.a.v. de onderzoeksvormen is duidelijk en volledig toegelicht. Tussentijdse toets 2. Samen met je projectgenoten werk je alvast een deel van de infographic uit waarin je rapporteert over de onderzoeksresultaten van de issueanalyse en de stakeholderanalyse. Hiervoor geldt: Het onderzoek is systematisch uitgevoerd. Je rapporteert volledig en overzichtelijk over de onderzoeksresultaten Eindproduct (individueel): Infographic Hiervoor geldt: - Bevat beknopte weergave van ten minste aanleiding, resultaten en conclusie. - Je trekt adequate conclusies uit de gevonden onderzoeksresultaten. - Je hebt de feedback op tussentijdse producten verwerkt en juist toegepast. - Je bent in staat om op basis van onderzoeksresultaten een infographic te ontwerpen die de aanleiding, resultaten en conclusies helder, overzichtelijk, betekenisvol en betrouwbaar representeert. - Duidelijke vlakverdeling, logische leesrichting/plaatsing en de verhouding tussen beeld en tekst is in balans. - Gebruikte beeldende middelen sluiten aan bij elkaar en bij het onderzoek / de organisatie. Kern van informatie is duidelijk/concreet gevisualiseerd. - Ontwerp past binnen de huisstijl van de organisatie (kleur, typografie, vorm).	
CNAENG1A.4	Je kan een gesprek houden over het onderzoek in begrijpelijk Engels. Daarnaast ben je in staat om notulen op te stellen van dit gesprek in begrijpelijk Engels.	
Naam deeltentamen	Infographic (onderzoek en design)	English meeting
Code deeltentamen	**CNAINF1A.7 (CNAOND en CNADES)**	**CNAENG1A.4**
Tentamenvorm	Schriftelijk (inhoudelijke beoordeling van grafische weergave resultaten en	Mondeling (meeting)

	beoordeling design/opmaak/lay-out van grafische weergave resultaten)	
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	2 (Docent CNA-OND en CNA-DES)	1 (Docent CNA-ENG)
Tentamenmoment	P1/P3	P1/P3
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent
Duur tentamen	N.v.t.	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5
Weging	90%	10%
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Toetscodes CNA-OND en CNA-DES samengevoegd. Toetsen inhoudelijk niet gewijzigd.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	N.v.t.

Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	n.v.t.
Activiteiten en/of werkvormen	Je gaat aan de slag met een door de opleiding verworven non-profit opdrachtgever. Je volgt hoorcolleges met uitleg over eerder genoemde onderwerpen (o.a. crisiscommunicatie, overheidscommunicatie, stakeholdermanagement, public affairs, reputatiemanagement, imago, identiteit, issuemanagement en ethiek). Je werkt in een projectgroep het advies uit en krijgt 2x in de week tutoring door de docent PR en/of Interne. Daarnaast volg je deze periode een paar keer een expertcollege. Je leert hoe je gedegen bronnenonderzoek doet, wat de ontwikkelingen zijn in het medialandschap en hoe je dit kan omzetten tot een goed beargumenteerd en vlot leesbaar essay.
Verplichte literatuur/ E H V F K U L M Y L Q J ³ O H	- Basisboek Interne Communicatie, 8e druk, E. Reijnders, ISBN 9789023252313 - Issuemanagement, een stappenplan, 3e druk, Körver & Helmann, Boom Uitgevers Amsterdam. Online via www.han.nl/studiecentra te lezen/gebruiken - Reader
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t.

3. Tentaminering		
Beoordelingscriteria		
CNIPRO1A.4	Je kent de leerstof wat betreft Interne, PR en Concerncommunicatie: identiteit, imago en reputatie. Daarnaast ook de leerstof wat betreft specialismen als crisiscommunicatie, issuemanagement en (online) reputatiemanagement, weerstand in organisaties tegen veranderingen, beïnvloeding, internal branding en verandercommunicatie. Je kunt deze kennis toepassen en op basis daarvan een beargumenteerd advies geven aan de opdrachtgever. Je bent tevens in staat om tijdens een adviesgesprek de gemaakte keuzes te verantwoorden, verdedigen en onderbouwen.	
CNIESS1A.5	Je kan een essay schrijven dat voldoet aan de juiste kenmerken op het gebied van vorm, inhoud, stijl en spelling.	
Naam deeltentamen	Adviesgesprek	Essay
Code deeltentamen	**CNIPRO1A.4**	**CNIESS1A.5**
Tentamenvorm	Mondeling (adviesgesprek)	Schriftelijk (essay)
Individueel / groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1 (Docent CNI-PRO)	1 (Docent CNI-ESS)
Tentamenmoment	P2/P4	P2/P4
Herkansing	In overleg met docent	In overleg met docent
Duur tentamen	N.v.t.	N.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	N.v.t.	N.v.t.

Stage online CSO

<table>
<tr><td colspan="2">1. Algemene informatie</td></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Stage online</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>CSO</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>C-cluster: P1&2 of P3&4</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 12,5 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>164,5</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>75,5</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>240</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>Geen</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">2. Inhoud en organisatie</td></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>Professionele beroepstaken
1: online kanalen optimaliseren
2: effecten meten & rapporteren
3: opdrachtgever adviseren & begeleiden</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
2. Doelgroep en gedrag
6. Verbinding en begeleiding

Professional skills:
1. Onderzoekend vermogen
2. Innovatie kracht
4. Reflectief vermogen
7. Wendbaarheid</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>Twee dagdelen per week zit je bij een zelf geworven opdrachtgever om hem te helpen bij de optimalisatie van online kanalen. Daarnaast krijg je ondersteunende lessen in online, professionele houding, communicatieve vaardigheden, design en Engels. Je zet bijvoorbeeld AdWords-campagnes op, maakt de website en content SEO proof, zet social media kanalen op. Periodiek meet je de effecten en zet deze af tegen een 0-meting en doelen. Uiteindelijk draag je je adviezen over aan je opdrachtgever in de vorm van een handboek.</td></tr>
<tr><td>Samenhang</td><td>In dit project komen de rollen Webweter en Contentmaker uit de propedeuse terug.</td></tr>
<tr><td>Deelnameplicht onderwijs</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Maximumaantal deelnemers</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Compensatiemogelijkheid</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Activiteiten en/of werkvormen</td><td>¶ Stage bij zelf geworven opdrachtgever (4+4 uur per week)
¶ Individuele coaching
¶ Intervisiegroep
¶ Kenniscolleges</td></tr>
</table>

Code deeltentamen	CSOONL1A.8	CSOPROF1A.8	CSOENG1A.2	CSOMCV1A.5
Tentamenvorm	Interactief handboek (pdf) Vormgeven handboek (design)(10%)	Reflectie en beoordeling bedrijfscoach (professionele houding)	PC tentamen	Feedback aan de hand van de theorie op het opgenomen vraaggesprek van een medestudent.
Individueel/duo/groep	Individueel	Individueel	Individueel	individueel
Aantal examinatoren	2	1	1	1
Tentamenperiode	Einde P2 en P4	Einde P2 en P4	T2/T4	P1/P3
Herkansing	herkansing i.o.m. docent	herkansing i.o.m. docent	T2/T4	herkansing i.o.m. docent
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	60 min.	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	(online) woordenboek	video
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5,5	5.5
Weging	45%	35%	10%	10%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijk beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichtin van docent (op afspraak).

D-Cluster

Bootcamp DBT

<table>
<tr><td colspan="2">1. Algemene informatie</td></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE)</td><td>Bootcamp en de Professional</td></tr>
<tr><td>Code onderwijseenheid</td><td>DBT</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td>Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td>C- en D-cluster, P1 & P4</td></tr>
<tr><td>Studiepunten/ studielast</td><td>Studiepunten: 3 EC

<table><tr><td></td><td>Aantal klokuren</td></tr><tr><td>Contacturen</td><td>65</td></tr><tr><td>Uren voorbereiding/zelfstudie</td><td>5</td></tr><tr><td>Totale studentbelasting (uren)</td><td>70</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Ingangseisen</td><td>Geen</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">2. Inhoud en organisatie</td></tr>
<tr><td>Beroepstaak</td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Eindkwalificaties</td><td>Startweek

LOCO Kwalificaties 2018

Kerngebieden:
1. Context & strategie
3. Concept & creatie
5. Overtuiging & draagvlak

Je kan overtuigend een communicatie-advies presenteren dat logisch voortkomt uit onderzoeksresultaten en aansluit op opdrachtgever, doel en doelgroep. Daarnaast ga je aan de hand van DiSCprofiel kennismaken met je klas en leer je wat jouw communicatiestijl is en welke communicatievoorkeuren je hebt.

Stagevoorbereiding

Om je stage goed en bewust te kunnen kiezen helpt de PROFdocent je bij je keuzeproces.

Eindevenement

Het eindevenement geeft je de kans om die workshops/gastsprekers te kiezen die je denkt nodig te hebben in je stage.

Professional Skills:
1. Zelfsturing(niveau 2)
2. Onderzoekend vermogen (niveau 2)</td></tr>
<tr><td>Algemene omschrijving</td><td>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. Hierin</td></tr>
</table>

3. Tentaminering			
Beoordelingscriteria			
DBTBTC1A.9	Startweek x Je kan een organisatie analyseren op basis van een onderzoeksmodel. x Je kan onderzoeksresultaten vertalen naar een passend communicatie-advies. x Je kan je communicatie-advies overtuigend presenteren. x Ja kan samenwerken onder tijdsdruk.		
DBTBTC2A.9	Stagevoorbereiding x Je kan jezelf op een professionele manier profileren richting potentiele opdrachtgevers van je keuze in zowel gesproken als geschreven taal.		
DBTBTC3A.9	Afsluiting Je reflecteert op het afgelopen jaar en kijkt vooruit naar stage en minor aan de hand van je portfolio. Je laat op een creatieve manier zien dat je je in het tweede jaar ontwikkeld hebt op de professionele vaardigheden: wendbaarheid, samenwerken, innovatiekracht, reflectief vermogen, empathisch vermogen, ethisch besef, onderzoekend vermogen, netwerken en zelfsturend leren.		
Naam deeltentamen	Bootcamp startweek	Bootcamp stagevoorbereiding	Bootcamp eindweek
Code deeltentamen	**DBTBTC1A.9**	**DBTBTC2A.9**	**DBTBTC3A.8**
Tentamenvorm	Presentaties	Practicum	Portfolio
Individueel / groep	Groep	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	1 docenten per klas	1 docent per klas	1 docent per klas
Tentamenmoment	P1	P3/P4	P4 (week 8)
Herkansing	i.o.m. docent	n.v.t.	i.o.m. docent
Duur tentamen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	Vink	Vink
Weging	100%	n.v.t	n.v.t
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	n.v.t	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Adviesbureau DAB

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Adviesbureau
Code onderwijseenheid	DAB
Opleiding / doelgroep	Communicatie, Voltijd, Hoofdfase, niveau 2
Onderwijsperiode	D-cluster, P2 of P4
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 10,5 EC** Contacturen: 77 Uren voorbereiding/zelfstudie: 217 **Totale studentbelasting (uren): 294**
Ingangseisen	Geen

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	N.v.t.
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2018 Kerngebieden: 1. Context en strategie 2. Concept en creatie 3. Overtuiging en draagvlak Professional skills: 1: Onderzoekend vermogen (summatief) 2: Samenwerken (formatief) 3: Reflectief vermogen (formatief) 4: Wendbaarheid (formatief) 5: Feedback geven (formatief) Leerdoel Het analyseren en interpreteren van een bestaand onderzoeksrapport en dat vertalen in een doordachte positionering en communicatiestrategie, een passend (creatief) concept en effectieve communicatiemiddelenmix. ¶ Je kunt een onderzoeksrapport analyseren en interpreteren ¶ Je hebt kennis over de volgende onderdelen; het begrip merk, brand design model, merkwijzer, merkstrategie, merkactivatie en customer journey. ¶ Je kunt een andere groep briefen over jouw analyse van dat rapport waarin je hen een adviesvraag, het gewenste merkinnerlijk en positioneringsgrondslag meegeeft (strategie). Hierbij gebruik je zelfstandig de aangereikte theorieën en modellen, zoals een

	3ejaars). Als je na twee keer geen positief oordeel hebt, moet je nieuwe opdrachten uitvoeren in het volgende studiejaar voordat je een nieuw portfolio mag inleveren. Dit kan direct in het eerste semester.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	N.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	N.v.t.

	x Je ontwikkelt een onderzoekende houding ten aanzien van cultuurverschillen tussen verschillende landen en wil weten wat de fundamentele verschillen zijn en waarop deze zijn gebaseerd. x Je verkrijgt inzicht in de identiteit en cultuur van het bedrijf en de doelgroep, rekening houdend met de interculturele waarden. x Je ontwikkelt een nieuwsgierige houding ten aanzien van cultuurverschillen en de marketing binnen een bedrijf tussen verschillende landen en wil weten wat de fundamentele verschillen zijn en waarop deze zijn gebaseerd. x Je kunt op een juiste wijze de kwaliteit van bronnen vaststellen en hierbij bronnen kunnen selecteren op bruikbaarheid x Je neem een podcast op met een helder verhaallijn van een persona van de doelgroep waarin de interculturele waarden terugkomen voor het land dat je hebt onderzocht. x Je schrijft een editorial die gerelateerd is aan een internationaal vraagstuk voor de doelgroep.
Algemene omschrijving	Deze module staat in het teken van internationalisering en ga je in groepsverband diverse opdrachten uitvoeren op het gebied van marketing (DIM-MAR) en interculturele communicatie (DIM-ICU). Hierbij krijg je ook ondersteunende modules Nederlands (DIM-POD) en Engels (DIM-ENG). Je analyseert diverse marketingaspecten van een beursgenoteerde organisatie (B2C). Dit doe je voor zowel de Nederlandse als de internationale markt (land waarvoor je de opdrachten in groepsverband gaat uitvoeren wordt in de les bekendgemaakt) en leer je bijkomende cultuurverschillen vanuit een marketingperspectief. Daarnaast leer je over welke culturele waarden kenmerkend zijn voor het land waar je onderzoek naar doet en wat voor invloed dat heeft op het handelen van personen en organisaties, met name op het gebied van (marketing)communicatie. Je doet onderzoek naar internationale doelgroepen en cultuur van het toegewezen land. Zo analyseer je in eerste instantie hoe het bedrijf in Nederland het betreffende product op de markt heeft gebracht, naar welke culturele waarden de marketingcommunicatie te herleiden is en waarom dat zo is. Vervolgens ga je voor het land waarin het bedrijf zich wil vestigen onderzoek doen naar de culturele waarden, hoe deze van Nederland verschillen en waar het bedrijf rekening mee moet houden in haar marketingcommunicatie(strategie) als het betreffende product in dat land op de markt wordt gebracht. Voor de analyses kun je gebruik maken van Engelstalige bronnen en databases (o.a. Marketline en Statista). Als eindproduct maak je diverse beroepsproducten en doet aanbevelingen hoe de communicatie dient aan te sluiten bij de cultuur van het betreffende land. Dit doe je o.a. in de vorm van een podcast. Hierbij leer je om te gaan met je stem en leer je een inhoudelijk goed verhaal op een boeiende wijze te vertellen. Als afsluiter schrijf je een stuk over een internationaal ethisch onderwerp die bij jouw markt/doelgroep past. Voor zowel DIM-MAR als DIM-ICU starten we elke week plenair met een hoorcollege (twee hoorcolleges voor alle klassen) vervolgens gaan we in het werkcollege aan de slag.
Samenhang	Merkenbouwer en Doelgroepkenner in leerjaar 1
Deelnameplicht onderwijs	N.v.t.

Tentamenvorm	Portfolio	Schriftelijk tentamen	Inleveropdracht	Inleveropdracht
Individueel/duo/groep	Groepsverband en individueel	Individueel	Individueel	Individueel
Aantal examinatoren	2	1	1	1
Tentamenperiode	P1 en P3	T1 en T3	P1 en P3	P1 en P3
Herkansing	P1 en P3	T1 en T3	P1 en P3	P1 en P3
Duur tentamen	n.v.t.	120 minuten	n.v.t.	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5	5,5	5,5	5,5
Weging	40%	30%	15%	15%
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.	Inschrijven via Alluris, voor de intekenperiode zie: www.han.nl/insite	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.	Als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens.
Nabespreking en inzage	Er wordt feedback gegeven in het beoordelingsformulier. Mondelinge toelichting van docent in overleg.	Na het tentamen organiseert de opleiding een feedbackcollege na de eerste kans en voor zowel de eerste- als tweede kans een inzagemoment.	Er wordt feedback gegeven in het beoordelingsformulier. Mondelinge toelichting van docent in overleg.	Er wordt feedback gegeven in het beoordelingsformulier. Mondelinge toelichting van docent in overleg.

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	x Het tentamen (DIMKT1B.1) bestaat vanaf het schooljaar 2020/2021 enkel uit Marketing (in plaats van MAR en ICU). Toetscode DIMKT1A.1 is gewijzigd in DIMKT1B.1. Toets en inhoud zijn gewijzigd. Voor slepers wordt het tentamen DIMKT1A.1 het schooljaar 2020/2021 nog aangeboden.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	Niet van toepassing.

Samenhang	De
Deelnameplicht onderwijs	JA
Maximumaantal deelnemers	N.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Alle deelcijfers moeten tenminste een 5,5 zijn. Per LOCO-competentie mag P D [L P D D O R Q Y R O G R H Q G H] L M Q J H V F R R U G ' H 1 H G H U O D Q G V ¶ P R H W H Q P H W H H Q Y R O G R H Q G H
Activiteiten en/of werkvormen	Meewerkstage. De student loopt 21 weken stage en is aanwezig op de georganiseerde stageterugkomdag(en).
Verplichte literatuur/ E H V F K U L M Y L Q J ³ O H	N.v.t.
Verplichte software / verplicht materiaal	N.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	N.v.t.

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	**Deelcijfer 1: communicatievraagstuk onderzoeken** LOCO-competentie context en strategie en professional skill; onderzoekend vermogen. Bewijslast= onderzoeksopdracht Studenten onderzoeken een tactisch vraagstuk. Tijdens dit onderzoek toont de student inzicht in de organisatie, kan de juiste onderzoekmethodes inzetten en verantwoorden, geeft een helder overzicht van resultaten en weet hieruit relevante conclusies te trekken en hierop aanbevelingen te geven. Het onderzoeksrapport is logisch opgebouwd en de student weet hierbij de hoofd- en bijzaken te onderscheiden. **Deelcijfer 2: plannen en organiseren** LOCO-competentie plannen en organiseren en professional skill; wendbaarheid Bewijslast = opdrachten persoonlijke ontwikkeling en beoordeling vaardigheden door bedrijfscoach De student maakt en hanteert een eigen planning en neemt de stakeholders hierin mee. Ze legt hierbij voldoende verantwoording af bij haar/zijn leidinggevende. **Deelcijfer 3:creëren **** LOCO-competentie concept en creatie en professional skill; innovatiekracht Bewijslast = bedrijfsopdrachten De student levert een bijdrage aan het creëren van middelen, waarbij creativiteit en foutloos Nederlands schrijven centraal staan. Ze kan hierbij op samenhangende wijze handelen en denken. Tijdens het creëren werkt student met diverse interne en/of externe partijen samen. **Deelcijfer 4: representeren** Professional skills; samenwerken, reflectief vermogen en empathisch vermogen Bewijslast = opdrachten persoonlijke ontwikkeling en beoordeling vaardigheden door bedrijfscoach De student is breed en flexibel inzetbaar en kan met de regels van de organisatie omgaan. Ze heeft een nieuwsgierige en kritische houding naar haar werkzaamheden, zichzelf en anderen en toont initiatieven waar nodig. Ze is betrokken en sociaal vaardig en onderhoud haar netwerk.

Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	n.v.t.

Samenhang	De stage is een integrale toets waar de competenties genoemd bij eindkwalificaties op minimaal niveau 2 worden afgetoetst.
Deelnameplicht onderwijs	Bij de kick off, terugkomdagen
Maximumaantal deelnemers	n.v.t.
Compensatiemogelijkheid	Alle competenties dienen met een voldoende beoordeeld te worden.
Activiteiten en/of werkvormen	Je werkt grotendeels mee in de organisatie. Na de kick off zijn er meerdere terugkomdagen en sluiten we af met een beoordeling. De terugkomdagen kunnen kennissessies, intervisies, workshops, feedback ophalen bevatten
Verplichte literatuur/ E H V F K U L M Y L Q J ³ O H	n.v.t. kennis uit leerjaar 1 en 2
Verplichte software / verplicht materiaal	n.v.t.
Eigen financiële bijdrage (OER 2.7)	n.v.t

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	1. Koersbepaling; sensitiviteit in organisatie/omgeving (LOCO 1 en 2) 2. Realiseren; concretiseren, instrueren en begeleiden, organiseren (LOCO 3 en 4). 3. Verbinden; overtuigen en beïnvloeden, representeren (LOCO 5 en 6)
Naam deeltentamen	Portfolio meewerkstage
Code deeltentamen	ESTNSTA1A.8
Tentamenvorm	Integrale toets; het functioneren op de stageplek. De opgeleverde beroepsproducten worden verzameld in een portfolio inclusief verantwoordingsdocument
Individueel / groep	Individueel
Aantal examinatoren	1
Tentamenmoment	P2/P4 (2.8)
Herkansing	In 2.10
Duur tentamen	Gedurende 21 weken bouw je de beoordeling op.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5,5
Weging	33,3%. Koersbepaling; sensitiviteit in organisatie/omgeving 33,3% Realiseren; concretiseren, instrueren en begeleiden, organiseren. 33,3% Verbinden; overtuigen en beïnvloeden, representeren Alle competenties dienen met een voldoende beoordeeld te worden.
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Bij de stagecoördinator de stageplaats laten goedkeuren. Wanneer de herkansing niet is gehaald, contact opnemen met de stagecoördinator.
Nabespreking en inzage	Tijdens het eindbeoordelingsgesprek wordt de beoordeling besproken, later wordt het eindbeoordelingsformulier naar de student gestuurd.

G-Cluster

GKM Keuzemodules (september & februari)

<table>
<tr><td colspan="5">1. Algemene informatie</td></tr>
<tr><td>Naam onderwijseenheid (OWE) en code</td><td colspan="4">Keuzemodule GKM</td></tr>
<tr><td>Opleiding / doelgroep</td><td colspan="4">Communicatie, Hoofdfase, G Cluster, niveau 3</td></tr>
<tr><td>Onderwijsperiode</td><td colspan="4">G-cluster P1/P2</td></tr>
<tr><td rowspan="10">Studiepunten/ studielast</td><td colspan="4">Studiepunten: 22,5 (let op studenten volgen 16 modules) van de onderstaande modules, de uren zijn dus berekend op deze 16 modules. Voor een student maakt het qua belasting dus niet uit welke combinatie hij/zij maakt in de samenstelling van de modules) alle modules wegen even zwaar binnen de OWE namelijk 6.6 %. De keuze voor modules hangt samen met de individuele studieroute, waarbij rekening gehouden wordt met het aantal aanmeldingen voor een module, en is derhalve maatwerk. Een deel van de studieafstuderenô, voor het AOVZGKM-ARM verplichte modules C</td></tr>
<tr><td colspan="2">Studielast:</td><td>Aantal geprogrammeerde lesuren (van 45 minuten) volgens lesrooster</td><td>Aantal klokuren (aantal lesuren x 0,75)</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Geprogrammeerde contacttijd, waarbij de (gast)docent fysiek aanwezig is</td><td>Hoorcollege, werkcollege, lessen
PER WEEK PER MODULE</td><td></td><td>11</td></tr>
<tr><td>Studiebegeleiding, stagebegeleiding</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Tentamens, toetsen (tijdens lessen)</td><td></td><td>Dit is per module verschillend.</td></tr>
<tr><td>Excursies, studiereizen, beroependagen, kick-off, etc.</td><td></td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Totaal</td><td></td><td>176 (16 modules x 11 uur)</td></tr>
<tr><td></td><td>Tentamens, toetsen (niet tijdens lessen)</td><td></td><td>n.v.t.</td></tr>
<tr><td>Geprogrammeerde eenheid</td><td>Stage, AOD, praktijkleren</td><td></td><td>n.v.t.</td></tr>
</table>

	zich in een organisatie, heeft er een goed gesprek mee en schrijft vervolgens zijn eigen verhaal.
GKMOND verplicht	In deze module bijt de student zich vast in het thema onderzoek. Voor het doorlopende Campagneproject is het noodzakelijk om een goed plan van aanpak te schrijven. Om dat goed te kunnen doen is het prettig om nog eens helder op een rij te hebben wat de student in de opleiding de afgelopen drie jaar allemaal heeft meegekregen over onderzoek. De student volgt masterclasses over onderzoek en schrijft samen met de duopartner een plan van aanpak voor zijn opdracht bij het campagneproject.
GKMJOU	Hoe schrijf ik aantrekkelijk? Hoe zorg ik dat mijn onderwerp aansluit bij de doelgroep? De ene student heeft een talent voor schrijven en begint gewoon met schrijven om vervolgens wel te zien waar hij uitkomt. De andere student verzamelt karrenvrachten informatie, besteedt veel tijd aan een gedegen opzet en schrijft deze nauwgezet uit. De eerste student onderschat het schrijven, de tweede mist de souplesse om een vlot verhaal te maken. Vrijwel niemand schrijft in een keer een goede, aansprekende tekst. Aan elke tekst gaat een aantal stappen vooraf, of de schrijver nu ervaren is of niet. In deze module leer je hoe je een aansprekende tekst schrijft op basis van een opdracht vanuit een tekstbureau / communicatiebureau. Je krijgt hierdoor o.a. inzicht in schrijfopdrachten vanuit het werkveld en je leert doelgroepgericht te schrijven.
GKMSEO verplicht	Digitale marketing: je past de verschillende vormen van online marketing en bijbehorende tools toe op een praktijkvraag. Je meet de resultaten van je acties en formuleert vervolgacties. Je concrete bevindingen en adviezen rapporteer je in een handleiding voor de opdrachtgever.
GKMPRM	Elke organisatie, profit of non-profit wil graag zoveel mogelijk (positief) in het nieuws verschijnen. Maar hoe doe je dat als je geen lovende MDDUFLMIHUV EHNHQGH DPEDVVDGHXUV RI Q je nieuws! ,Q GH]H PRGXOH PDNHQ VWXGHQWHQ LQ GXR ¶ contactlijst van relevante media en persberichten, voor een opdrachtgever met maar één doel: de opdrachtgever op de juiste manier en op het juiste moment in de media te krijgen. ,Q ppQ ZHHN WLMG OHHUW GH VWXGHQW HHQ KRH opdrachtgever, leert de student de juiste boodschap te formuleren, de juiste media (online/ offline) te selecteren en een goed persbericht te schrijven.
GKMVCO	Veranderingen zijn aan de orde van de dag en hierbij staat vaak het veranderen van gedrag centraal. Of het nu gaat om koopgedrag, gezond gedrag of wenselijk gedrag in een organisatie. In deze module zoomt de student in op het menselijk gedrag in organisaties. Organisaties veranderen namelijk aan de lopende band. Reorganisaties, fusies, moderne U ZHUNHQ NODQWJHULFKW ZHUNHQ OHD deze module wordt de organisatieverandering nadrukkelijk gekoppeld aan het gedrag van de medewerkers. Je verandert collectief gedrag niet door het maar heel vaak en hard te roepen. Weerstand bij medewerkers wordt in kaart gebracht én het gewenste gedrag. Op basis hiervan geeft de

	Deze module is vooral opgezet als een reeks concrete mediatrainingen met veel ruimte voor feedback. Het past in de gereedschapskist van elke (brede) communicatieadviseur. De module is bedoeld voor alle studenten communicatie en is geschikt als kennismaking met het vak van woordvoerder. Heeft de student de minor PR & Mediarelaties gevolgd, dan is er een kleine overlap (theorie & eerste kennismaking en ódiagnoseô), maar k verdieping van en training op zijn specifieke leerdoelen als woordvoerder.
GKMVIS verplicht	We schrijven het jaar 2030: in tijd slechts 10 jaar vooruit, maar qua razendsnelle ontwikkelingen binnen het Communicatievak wellicht nog lichtjaren verwijderd. Hoe zie jij Communicatie anno 2030? Hoe communiceren we met elkaar? Welke trends en ontwikkelingen hebben bijgedragen tot deze nieuwe, toekomstige werkelijkheid? Wat is de rol van Communicatie in en tussen organisaties, klanten, mensen? Welke vaardigheden en competenties heb je nodig om je rol te kunnen spelen in die toekomst? Om deze vragen te kunnen beantwoorden krijg je input vanuit onze vakorganisatie Logeion en het gedachtengoed van DNCP (de nieuwe communicatie professional). In deze module ga je jouw visie op Communicatie anno 2030 opschrijven middels een helder, leesbaar en goed onderbouwd essay. De voeding hiervoor is een optelsom van drie jaar studie in het vak Communicatie, al je opgebouwde ervaringen en opgedane kennis. Natuurlijk zal je nog aanvullende, inspirerende ófood for is dat jij jouw visie, als aankomend Communicatie professional, kunt etaleren aan het werkveld. Het laatste betekent ook dat je concreet invulling gaat geven aan jouw profilering (online en offline) als Communicatieprofessional. Hoe ga jij, op een authentieke en creatieve wijze, laten zien welke waarde jij kunt hebben voor een toekomstige werkgever?
GKMACP	Why: De student is nu (bijna) klaar voor de arbeidsmarkt, eigenlijk is hij nu al de Aspirant Communicatieadviseur (ACA) die alles wat hij geleerd heeft in wil zetten voor externe communicatieopdrachten van echte opdrachtgevers. De student krijgt de rol van een arts in opleiding: Hij weet al veel en wil in korte tijd laten zien dat hij het kan toepassen. How: Een inspirerend topcollege; een inspirerende briefing van een opdrachtgever die zit te wachten op het advies van de student; korte snelle verdieping in het probleem, de markt, de mogelijkheden. What: Advies en presentatie aan de opdrachtgever
GKMCUJ	Ben je nieuwsgierig? Wil je klantgedrag begrijpen en onderzoeken waarom organisaties niet altijd doen wat ze beloven. Maak dan de klantreis van een organisatie mee en adviseer! Dat is de kern van deze module waarin de ñklantreisò, een w

	(potentiële) klant* met een organisatie binnen oriëntatie ,verkoop en serviceprocessen. Om als communicatie professional goed te kunnen adviseren moet de student klanten en hun motivaties begrijpen. Dat doet de student door zelf in de huid van de klant te kruipen en te ervaren wat hij meemaakt. Met deze ervaringen kan de student pas echt goed adviseren over verbeteringen, dus niet alleen vanuit theorieën.
GKMCRO verplicht	Het medialandschap is volop in beweging. Het mediaaanbod versnippert en er is sprake van steeds kleinere homogene doelgroepen. De tijd dat je met één tv-spotje iedereen kon bereiken ligt achter ons. De consument kan anywhere, anyway, anytimeô informatie consument gemakkelijk een crossover van het ene medium naar het andere medium maken. Als adverteerder wordt je dan ook gedwongen om meerdere mediumtypen in te schakelen om de doelgroep te blijven bereiken. De keuze aan communicatiemiddelen is enorm en als toekomstig communicatieprofessional maakt de student de keuzes. Welke is de juiste? Het doel is bekend. Dat is de reden waarom de student het campagneproject voor de opdrachtgever uitvoert. De student kent de doelgroep door en door en de opdrachtgever heeft zijn boodschap gereed. Nu is het tijd om de boodschap te verspreiden. Als communicatie professional kent de student de sterktes en de zwaktes van ieder medium en hij weet exact waar de (potentiële) klant zich bevindt, hierbij is timing everything. In deze module leert de student dan ook hoe hij een succesvolle crossmediale campagne ontwikkelt. Het crossmedia vakgebied richt zich op het optimaal laten samenwerken van de verschillende media, zoals internet, televisie, radio, print, social media, mobiele devices en events om zo de beoogde doelgroep op het juiste moment, met de juiste boodschap via het juiste medium te bereiken.
GKMACC verplicht	En wat levert communicatie op? Vaak blijkt het lastig de waardevolle bijdrage die de communicatiefunctie van een bedrijf heeft, concreet te benoemen. En dat terwijl communicatie management binnen een organisatie steeds meer een initiërende functie heeft, waarbij het hebben van overzicht en regie uitgangspunt is. Accountability helpt bij het meetbaar maken van de kwaliteit en effect van de communicatiefunctie. Ook ter onderbouwing van het vrij te maken budget leveren de inzichten in de ROI een waardevolle bijdrage: budgetten kunnen hoger uitvallen doordat je aangeeft dat de investering i geld voor de opdrachtgever oplevert! Kassa dus!
GKMDES verplicht	Jullie plan voor het campagneproject is in concept klaar, dan rest er nog een laatste stap: het uitwerken van de communicatiemiddelen op een professioneel niveau. De module Design helpt je deze middelen op een hoogwaardige manier te ontwerpen en hiermee kun je jullie opdrachtgever overtuigen en óomverblazenô. Jullie leveren middelen op die in principe nog één stap nodig zouden hebben. Hierbij kun je denken aan een dtper die het bestand drukklaar maakt nadat jij het hebt aangeleverd. In twee weken maak je de uitingen die je campagneplan aanvullen en ondersteunen. Denk hierbij aan posters, flyers, abriôs, landingspa
GKMORG	óZo doen we de dingen hier niet!ô i leert begrijpen. Het is een module voor studenten die op zoek zijn naar

	verdieping en niet vies zijn van zelfwerkzaamheid en daarmee het eigen leervermogen volop willen benutten. Je gaat een organisatie onderzoeken en antwoord geven op de vraag: ó Waarom doen ze de dingen daar zoal structuur, normen en waarden, formele en informele gewoontes, etc. Hiervoor ga je geen verslag schrijven, adviesrapporten maken, maar je gaat je eigen college maken en geven. Over een organisatiemodel, de toepassing ervan op een organisatie, wat je eraan hebt en wat ermee gedaan moet worden. Eindelijk een manier om aan je docenten te kunnen laten zien dat colleges ook heel interessant kunnen zijn ;)
GKMENG verplicht	Business presentation Hoe geef je een professionele presentatie in het Engels? De studenten presenteren de resultaten van je onderzoeksgegevens uit het Campagneproject op een zakelijke manier. Deze module borduurt voort op de lessen Engels uit het D-cluster waarin de student ook een presentatie heeft gegeven in het Engels waarin enige grammaticale, idiomatische fouten werden toegestaan. De student is aan het einde van deze module in staat een professionele presentatie te geven op B2/C1 niveau. Professional writing Je campagnevoorstel is af en als uitwerking daarvan kies je een (of meerdere) schrijfopdracht en gaan die uitwerken in het Engels. Dit kan een blog zijn, een artikel voor in een online, dan wel een offline magazine. Noem maar op. Het gaat erom dat je op een professionele manier je tekst in het Engels weergeeft. Deze module borduurt voort op correspondentiemodules uit het C en D cluster. In het G/cluster ligt de focus meer op schrijven van wervende en creatieve teksten met de nadruk op advies en voorlichting.
GKMGLO	In deze module krijgt de student te maken met een communicatievraagstuk in internationaal perspectief. Stel je werkt voor een bekend bedrijf. Grote kans dat dit bedrijf ook vestigingen en/of klanten in het buitenland heeft. Pas je je (interne en externe) communicatie daarop aan? En zo ja, hoe? Tijdens deze week wordt ingegaan op de onderliggende waarden en normen in verschillende landen en hoe die van invloed zijn op het denken en handelen van personen. De student analyseert een land in het bijzonder en schrijft vervolgens een communicatie advies voor een externe klant. Het is de kunst om jouw communicatie expertise te combineren met de pas verworven kennis van cultuur.
GKMSMM	Steeds meer organisaties monitoren actief hoe er over de organisatie gesproken wordt op social media. En houden daarbij in de gaten door wie een (eventuele) positieve of negatieve tweet verstuurd wordt. Om hier vervolgens zelf op te reageren en met externe stakeholders de conversatie aan te gaan.

	Tijdens deze weekmodule monitor en analyseert de student voor een externe opdrachtgever de berichtgeving op social media. Daarbij wordt gebruik gemaakt van één van de meest gebruikte tools in Nederland: Coosto (www.coosto.com). In duo´s voeren studenten een analyseopdracht uit (met o.a. de onderdelen: concurrentieanalyse, stakeholderanalyse en influencer analyse). Daarnaast verzorgt de studente ook de webcare voor één van de social media accounts van de externe opdrachtgever.
GKMCHM	Studenten gaan in deze module aan de slag met een externe opdracht voor een Goed Doel. Voor deze organisatie bedenken ze in 1 week een creatieve campagne om fondsen te werven van jongeren. De week start met een college over fondsenwerving waarbij de student kennis maakt met de marketing communicatie voor goede doelen en hoe G H] H D I Z L M N W Y D Q ³ J H Z R Q H ´ P D U N H W L Q J F R P P opdrachtgever geïntroduceerd en krijgen de studenten uitgebreide informatie over de achtergronden (interne, externe analyse), de opdracht zelf en de onderzoeksresultaten die al beschikbaar zijn. De eerste, individuele, opdracht die de studenten maken is een doelgroepanalyse. Hiervoor maken ze gebruik van deskresearch, eventueel aangevuld met fieldresearch. Op dinsdagmiddag leveren de studenten een beknopte doelgroepanalyse in (2 A4). Op donderdag worden de studenten in groepen ingedeeld (46pp) om op basis van hun analyses, een creatieve conceptcampagne te ontwerpen. Deze zullen ze vrijdag presenteren aan de opdrachtgever
GKMARM	' H] H P R G X O H L V V S H F L I L H N Y R R U K H W µ Q L H X Z modiule maakt de student een roadmap op basis waarin de student beschrijft hoe zij aan gaat tonen beroepsbekaam te zijn.
GKMAOV	Deze module is specifiek Y R R U K H W µ Q L H X Z H ¶ D I V W X G H module voert de studenten onderzoekactiviteiten waarmee aangetoond kan worden dat de student op nivo 3 presteert en competent is met betrekking tot onderzoekende houding, het gebruik van onderzoek en onderzoek doen (individeel).

3. Tentaminering	
Beoordelingscriteria	Ontvankelijkheidscriteria: Voor alle op te leveren producten geldt dat zij moeten voldoen aan de richtlijnen van TaalCOde Rood en het APA-alarm.
GKMBRA	x Kwaliteit analyse van de opdrachtgever m.b.v. merkwijzer x Kwaliteit van het opgeleverde Merkboek
GKMSTO	x Onderbouwing/toepassing aan de hand van de Golden Circle x Toepassing ingrediënten Corporate Story
GKMOND	x Kwaliteit inleiding en helderheid vraagstuk x Kwaliteit theoretisch kader x Kwaliteit onderzoeksvragen x Kwaliteit methode van onderzoek x Kwaliteit beperkingen & randvoorwaarden, planning, literatuurlijst en definities
GKMJOU	x Structuur artikel gebaseerd op een bouwplan x Mate waarin doelgroepgericht geschreven is x Gehanteerde stijl

	¶ Correct taalgebruik
GKMSEO	¶ Student is in staat om op effectieve wijze online marketingtools in te zetten.
GKMPRM	¶ Kwaliteit pr-plan voor een opdrachtgever ¶ Kwaliteit PR-middelen (vorm en inhoud) ¶ Overtuigingskracht richting opdrachtgever middels een presentatie van de voorgestelde pr-aanpak
GKMVCO	¶ Inzicht in organisatiestructuur en ï cultuur ¶ Duiding (collectief) te veranderen gedrag ¶ Kwaliteit en onderbouwing van het advies
GKMETH	¶ Mate waarin ethische dilemma voor de organisatie in kaart is gebracht. ¶ Mate waarin tenminste 5 spelers in het ethische dilemma in kaart zijn gebracht en onderbouwing mbv de WaardeRing. ¶ Mate waarin ethische modellen beargumenteerd toegepast zijn. ¶ Kwaliteit van de conclusie ¶ Kwaliteit van nieuwe kernboodschap ¶ Kwaliteit van het essay
GKMONL	¶ De student heeft inzicht in en adviseren over hoe digital, human, push en pull digitale communicatie zich tot elkaar verhouden ¶ De student heeft kennis van nieuwe technologieën in digitale communicatie
GKMIBR	¶ Kwaliteit analyse van communicatiebehoeftes stakeholders ¶ Kwaliteit communicatiestrategie inclusief doelstellingen en voor gestelde aanpak ¶ Kwaliteit representatie van de strategie m.b.v. film ¶ Overtuigingskracht advies aan opdrachtgever
GKMOVO	¶ Kwaliteit strategisch adviesplan ¶ Overtuigingskracht van de presentatie
GKMWVO	¶ Kwaliteit kernboodschap(pen), Q & ¶ Professionaliteit in de rol van woordvoerder ¶ Inzicht in en het verwoorden van eigen competenties en leerdoelen op het gebied van woordvoering
GKMVIS	¶ Onderbouwing essay: kwaliteit bronnen, gebruikte inzichten en trends ¶ Argumentatie/visie: eigen mening gebaseerd op onderbouwing en visie op communicatie in samenhang met gebruikte bronnen ¶ Correct Nederlands in stijl, spelling en grammatica ¶ Beschrijven eigen competenties aan de hand van DNCP ¶ Creatief vertalen van toekomstige competenties van de communicatieprofessional
GKMACP	¶ Kwaliteit analyse en diagnose communicatieprobleem binnen de onderzochte organisatie ¶ Gebruik relevante theorieën en modellen ¶ Kwaliteit geïntegreerd communicatieadvies ¶ Verkoopbaarheid advies externe opdrachtgever
GKMCUJ	¶ Theoretische toepassing blogvorm ¶ Volledigheid en kwaliteit van de analyse van de customer journey ¶ Onderbouwing advies aan de opdrachtgever ¶ Eigen ervaringen (van de customer journey) en advies weergegeven in blogvorm ¶ Kwaliteit peerfeedback

Code deeltentamen	GKMBRA1A.5	GKMSTO1A.5	GKMOND1A.5	GKMJOU1A.5
Tentamenvorm	Merkboek	Corporate storytelling	Plan van aanpak	Doelgroepgericht geschreven artikel
Individueel/duo/groep	groep	groep	duo	individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4.		In dezelfde periode in overleg met de tutor van het campagne project GCATUT	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4.
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5,5	5.5
Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	Het behalen van deze toets is VOORWAARDELIJK voor het behalen van de OWE GCA	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMSEO1B.5	GKMPRM1A.5	GKMVCO1A.5	GKMETH1A.5
Tentamenvorm	Handleiding	Mediarelatieplan en persbericht	Analyse en advies gedrags verandering	Essay
Individueel/duo/groep	Duo	groep	groep (en individueel)	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4 / in overleg met docent			
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5.5	5.5

Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMCRO1A.6	GKMACC1A.6	GKMARM1A.5	GKMDES1A.5
Tentamenvorm	Presentatie	Presentatie	Verantwoordings-document	Communicatie middelen
Individueel/duo/groep	Duo	Duo	Individueel	Duo
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4 / in overleg met docent			
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t.	n.v.t
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	V	5.5
Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMENG1A.5	GKMENG1A.6	GKMORG1A.6	GKMGLO1A.5
Tentamenvorm	Engels stukken afgeleid van campagne project	Presentatie	Presentatie en debat	Adviesrapport
Individueel/duo/groep	Writing individueel	Presentation duo	groep	Individueel
Aantal examinatoren	1	1	1	1
Tentamenperiode	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Herkansing	Herkansingen vinden plaats in week 9 van periode 4.			
Duur tentamen	n.v.t	n.v.t	n.v.t	n.v.t.
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	5.5	5.5	5.5	5.5

Weging	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE	6,66 van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			
Code deeltentamen	GKMSMM1A.5		GKMCHM1A.6	
Toetsvorm	Adviesrapport		Presentatie	
Individueel/duo/groep	Groep		Groep	
Aantal examinatoren	1		1	
Tentamenperiode	n.v.t.		n.v.t.	
Herkansing				
Duur	n.v.t		n.v.t	
Hulpmiddelen	n.v.t.		n.v.t.	
Minimaal oordeel	5.5		5.5	
Weging	6,66 van totale OWE		6,66 van totale OWE	
Wijze van aanmelden voor tentamen/aanmeldingstermijn	Deelname aan iedere deelmodule van de OWE GKM geldt als aanmelding voor het tentamen van de betreffende deelmodule.			
Nabespreking en inzage	In overleg met docent.			

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	Nieuwe modules m.b.t. nieuw afstudeertraject: GKMAOV en GKMARM Toetscode GKMSEO1A.6 is gewijzigd in GKMSEO1B.5. Toets en inhoud zijn gewijzigd. Toetscode GKMONL1A.5 is gewijzigd in GKM-ONL1B.5. Toets en inhoud zijn gewijzigd. Toetscode GKMACC1A.2 is gewijzigd in GKMACC1A.6. Toets is gelijk qua inhoud en vorm. Modules GKMWCO, GKMADV en GKMAVP zijn komen te vervallen. Verplichting deelmodules GKMBRA, GKMPRM is vervallen.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	Deze wordt in studiejaar 2020/2021 voor het laatst aangeboden,

GCA Campagneproject (instroom september)

1. Algemene informatie	
Naam onderwijseenheid (OWE)	Campagneproject Campaign project
Code onderwijseenheid	GCA
Opleiding / doelgroep	Communicatie VT Hoofdfase, G-cluster, niveau 3
Onderwijsperiode	P1+P2 (P3 en P4 alleen voor slepers)
Studiepunten/ studielast	**Studiepunten: 7,5 EC** Contacturen: 19,5 klokuren Uren voorbereiding/zelfstudie: 190,5 **Totale studentbelasting (uren): 210**
Ingangseisen	De student heeft de stage en minor afgerond Er geldt voor deze OWE een aanwezigheidsverplichting

2. Inhoud en organisatie	
Beroepstaak	De COô er ontwerpt een campagne
Eindkwalificaties	LOCO Kwalificaties 2011 1 Analyseren en onderzoeken 2. Ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid 3. Plannen en organiseren 4. Creëren en realiseren 5. Representeren
Algemene omschrijving	Binnen deze OWE vallen : Campagneproject In het Campagneproject wordt er met 2 studenten een concept campagne opgezet voor een externe opdrachtgever. Voorafgaand aan de campagne vindt er onderzoek plaats, die de probleemstelling binnen de organisatie helder moet maken en verdere inzichten moet opleveren. Op basis van de onderzoeksresultaten en conclusies wordt een strategie en communicatieconcept geformuleerd, die creatief vertaald wordt in een conceptcampagne. Het concept wordt middels een presentatie aan de opdrachtgever ñ v e c k t o ò . Met de campagne wordt een intern of extern communicatieprobleem opgelost. Dit kan bij een profit- of non-profitorganisatie. Ook zal er binnen het Campagneproject specifiek aandacht worden besteed aan een aantal ondersteunende vakken (ressorterend onder de OWE GKM), die binnen het Campagneproject integraal worden beoordeeld. Plan van Aanpak (zie ook GKMOND)

	In de eerste weken van het project worden masterclasses Onderzoek gegeven, die de studenten zullen ondersteunen bij het schrijven van een Plan van Aanpak. Voor het Campagneproject is het noodzakelijk om een goed Plan van Aanpak te schrijven. Om dat goed te kunnen doen is het prettig om nog eens helder op een rij te hebben wat de student in de opleiding heeft geleerd over onderzoek. (zie GKMOND) Het behalen van de module GKMOND (week 1.3 of 3.3) is voorwaardelijk om verder te mogen gaan met dit project. Strategiesessie (door tutor)- week 2.1 of 4.1 Tijdens deze gezamenlijke sessie worden de onderzoeksresultaten systematisch ingezet om een heldere strategie vast te stellen.. Studenten krijgen hiervoor de noodzakelijke tools aangereikt. Creatieve sessie (door vakdocent):week 2.3 of 4.3 Tijdens deze klassikale sessie verdiepen de studentgroepjes zich, onder begeleiding van een vakdocent, in de uitwerking van hun creatieve communicatieconcept, die aansluit op hun strategie. Crossmedia (zie GKMCRO) Tijdens deze weekmodule gaan de studenten bepalen welke media en middelen passen bij hun strategie en doelstelling. Hierbij wordt uitgegaan van de basisprincipes van Crossmedia, zoals Customer Journey. Accountability (zie GKMACC): De studentgroep leert in deze module de opbrengsten en kosten van de campagne te berekenen en te verantwoorden. Design (zie GKMDES): Tijdens deze weekmodule gaan de studenten met een Design docent aan de slag om (een aantal van) de gekozen middelen vorm te geven op basis van het creatief communicatieconcept dat ze eerder bedacht hebben. Leerdoelen: Onderzoek (kernwaarden bedrijf, concurrentie en doelgroep) leerdoel: inzicht verkrijgen in het vraagstuk, identiteit bedrijf, doelgroep en concurrentie, door onderzoek en toepassing theorie. Communicatiestrategie leerdoel: omzetten van resultaten en conclusies naar een communicatiestrategie. Creatieve sessie leerdoel: omzetten van de communicatiestrategie naar een creatief communicatieconcept. GKMCRO leerdoel: met welke middelen wordt de doelgroep bereikt en de doelstellingen behaald. GKMACC leerdoel: inzicht krijgen in de kosten van de campagne en de verhouding kosten/doelen/opbrengsten. Presentatie: leerdoel: leren verkopen van de campagne aan de opdrachtgever. GKMDES: leerdoel: middelen vormgeven in consistente lijn met creatief concept en strategie.
Samenhang	In dit project brengt de student de kennis van voorafgaande studiejaren in de praktijk door voor een opdrachtgever een onderzoek te doen en een

GCATUT1A.6	Presentatie: Aanleiding, probleemstelling en doelstelling worden duidelijk geformuleerd Uitgebreid inzicht gegeven in het bedrijf, concurrentie en doelgroep middels een moodboard, film of foto Het Communicatieplan wordt in logische volgorde en helder toegelicht Het creatief communicatie concept wordt helder, overtuigend en onderbouw uitgelegd. Creatieve uitwerking is verrassend, origineel en van een hoog niveau qua concept, visualisatie en compleetheid Vragen over zijn/haar plan/campagne worden onderbouwd beantwoord Conceptcampagne wordt overtuigend en enthousiast overgebracht. De ondersteunende presentatievorm is duidelijk en professioneel Voorwaarde om te mogen presenteren is een voldoende (> 55) voor het communicatieplan	
Naam deeltentamen	Adviesraport Campagne Project	Presentatie Campagne Project
Code deeltentamen	GCATUT1A.5	GCATUT1A.6
Tentamenvorm	Beroepsproduct- adviesrapport	Presentatie
Individueel / groep	Duo	Duo
Aantal examinatoren	1	1
Tentamenmoment	P2	P2
Herkansing	Verbeterd plan inleveren binnen de periode, i.o.m. docent	Verbeterde presentatie binnen de periode, i.o.m. docent
Duur tentamen	n.v.t..	15-30 minuten
Toegestane hulpmiddelen	n.v.t	n.v.t.
(Minimaal) oordeel	Minimaal 5,5 Cijfer tussen 1 en 10 N.B. Een voldoende voor GKMOND1A.5 is voorwaardelijk	Minimaal 5,5 cijfer tussen 1 en 10
Weging	75% van totale OWE	25% van totale OWE
Wijze van aanmelden voor tentamen/ aanmeldingstermijn	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens	als je deelneemt aan het onderwijs ben je automatisch aangemeld voor de bijbehorende (deel)tentamens
Nabespreking en inzage	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).	Schriftelijke beoordeling inclusief toelichting en indien gewenst mondelinge toelichting van docent (op afspraak).

Wijzigingen ten opzichte van vorig jaar	n.v.t.
Datum waarop de OWE niet meer aangeboden wordt en overgangsregeling	Vanaf SEM 2 2020/2021 wordt deze module niet meer aangeboden. Voor studenten die de module moeten herkansen wordt een overgangsregeling aangeboden.

Bijlage 1

Beschrijving van het onderwijs

Communicatie

(H9 uit de Onderwijs- en examenregeling voor Bacheloropleidingen)