

Vak: De Ondernemende Communicatieprofessional

credits: 30

Vakcode	COVB21DOC1	Werkvormen	Hoorcollege
Naam	De Ondernemende Communicatieprofessional		Intervisie
Studiejaar	2021-2022		Projectonderwijs
ECTS credits	30		Zelfstudie
Taal	Nederlands	Toetsen	De Ondernemende
Coördinator	R. van der Heiden		Communicatieprofessional - Overige toetsing

Leeruitkomsten

- Context & Strategie
 - Signaleert ontwikkelingen die relevant zijn voor de organisatie, overziet internationale en (interculturele) ontwikkelingen en vertaalt de implicaties hiervan naar het communicatiebeleid.
 - Overziet ontwikkelingen in het vakgebied en het (internationale) medialandschap en kan deze inzichten vertalen naar de communicatiestrategie.
- Doelgroep & Gedrag
 - Voert een praktijkonderzoek methodisch uit en hanteert daarbij passende onderzoeksmethoden.
 - Onderzoekt de wensen en behoeften van de doelgroep en begrijpt welke contextuele (culturele) factoren van invloed zijn op het gedrag van de doelgroep.
 - Verantwoordt communicatie-interventies op basis van kennis, theorie en inzichten uit onderzoek.
- Concept & Creatie
 - Werkt een creatief concept uit dat aansluit bij de wensen van de (internationale) doelgroep en/of de doelstellingen van de organisatie.
 - Selecteert geschikte kanalen en (digitale) tools om passende communicatie voor de doelgroep te kiezen.
 - Creëert relevante content die aansluit bij het concept en bij de doelstellingen van de organisatie.
- Planning & Organisatie
 - Ontwerpt planningen voor de implementatie van beroepsproducten rekening houdend met doelgroepen, doelstellingen en budget en organiseert de uitvoering.
- Overtuiging & Draagvlak
 - Adviseert vanuit de organisatie of als externe adviseur (consultant) over de communicatie van de organisatie, rekening houdend met de communicatiestrategie van de organisatie.
 - Communiqueert zowel mondeling als schriftelijk correct, doelgroepgericht, zakelijk en beknopt en creëert hiermee draagvlak (commitment).
- Verbinding & Begeleiding
 - Organiseert interactie en samenwerking, zorgt voor (netwerk) ontmoetingen, vergroot zijn (internationale) netwerk en spreekt dit netwerk aan bij specifieke kennis- of informatiebehoefte.
 - Ziet kansen, ontplooit initiatieven en durft te experimenteren.

Aan deze competenties wordt gewerkt op niveau 2.

Inhoud

Ondernemendheid is een belangrijke competentie binnen de opleiding Communicatie en sluit aan bij de vraag van het werkveld naar ondernemende (en innovatieve) communicatieprofessionals. In dit studieonderdeel krijgen studenten dan ook meer de regie over en eigen verantwoordelijkheid voor het ontwikkelen en aantonen van hun competenties. De student kiest en/of acquireert zelf projecten waarmee de opleidingscompetenties op niveau 2 ontwikkeld worden. Dit gebeurt vanuit een Communicatie-bureau setting: De student gaat vanuit een Communicatiebureau aan de slag als een 'ondernemende communicatieprofessional' met meerdere kleinere Newsroom-projecten en grotere projecten op het gebied van verandercommunicatie van externe opdrachtgevers. De projecten worden (veelal) uitgevoerd in een innovatiewerkplaats (IWP), met name in de Digital Society Hub.

Het leerproces en het plannen, monitoren en evalueren van de competentie ontwikkeling staan hierbij centraal. Doel is om het ondernemend vermogen van de studenten te stimuleren en activeren.

Studenten werken in zelforganiserende teams (zogenaamde 'learning communities') waarbij zijzelf de leiding en verantwoordelijkheid hebben, onder begeleiding van een (proces-coach) en met hulp van hun medestudenten. Binnen dit semester zijn studenten dus vooral zelf aan zet, ze werken aantoonbaar aan de vereiste competenties en leerdoelen door uitvoering te geven aan grotere en kleinere projecten. Zij zijn daarvoor zelf verantwoordelijk en 'accountable'. Gedurende het semester werken zij aan een zelf-opgesteld ontwikkelplan, waarvan ze de voortgang bespreken met hun procescoach.

Daarbij krijgen ze ook theorie aangeboden als fundering bij hun projecten. Dit in de vorm van flitscolleges over een aantal actuele onderwerpen: Online communicatie, Corporate communicatie, Marketingcommunicatie, Media en Concepting, Storytelling, Interne communicatie en Financiën. De flitscolleges zijn prikkelend en dagen de student uit om zich verder te verdiepen in (nieuwe) theorieën. De studenten krijgen daarbij aanvullend begeleiding van experts, vakdocenten, waarbij ze terecht kunnen met inhoudelijke vragen over en input voor de projecten waaraan ze werken. Voor wat betreft de professionele vaardigheden worden workshops aangeboden op het gebied van schrijven voor online en offline media en (ondernemend) adviseren/faciliterende vaardigheden. Tenslotte wordt vanuit het medialab ondersteuning geboden met betrekking tot de creatie van beroepsproducten die voortvloeien uit de projecten.

Er wordt in dit semester niet meer getoetst op losse kennis- en vaardigheidselementen, maar via een integraal toetsmoment aan het einde van het semester, de zogenaamde portfoliotoetsing (van 30 EC) waarbij de student aantoont de competenties te hebben gerealiseerd.

Opgenomen in opleiding(en)

Communicatie

School(s)

Instituut voor Communicatie, Media & IT

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.