

Vak: Corporate communicatie

credits: 5

Vakcode	ORVB21COC
Naam	Corporate communicatie
Studiejaar	2022-2023
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	B.H. Martens-Pras

Werkvormen	Practicum / Training
Toetsen	Corporate communicatie - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Competenties:

- Innoveren: initieert nieuwe ideeën, realiseert op creatieve wijze vernieuwingen en benut daarbij de mogelijkheden op het gebied van technologie.
- Waardecreatie: creëert duurzame en commerciële waarde gericht op de wensen en behoeften van klanten en overige stakeholders. Hij doet dat op basis van ontwikkelingen in de (inter)nationale omgeving.
- Resultaatgericht handelen: toont verantwoordelijkheid en doorzettingsvermogen en neemt besluiten om de beoogde resultaten te bereiken. Hij past zich daarbij gemakkelijk aan veranderende omstandigheden aan en durft risico's te nemen.
- Leiderschap: straalt passie en beleving uit, pakt de regie in teamverband en mobiliseert anderen vanuit de waarden en de cultuur van de onderneming.
- Managen & Organiseren: geeft vorm en inhoud aan de bedrijfsvoering en zet hierbij de klant centraal.
- Samenwerken & Netwerken: levert in groepsverband een actieve en inhoudelijk bijdrage aan de beoogde resultaten en het groepsproces. Hij bouwt een netwerk van relaties op.
- Onderzoekend vermogen: toont in zijn werkwijze een nieuwsgierige en kritische houding. Hij hanteert een passende onderzoeksaanpak die resulteert in bruikbare resultaten.
- Analytisch vermogen: analyseert situaties en data op systematische wijze. Hij stuurt op prestatie-indicatoren.
- Lerend vermogen: ontwikkelt zichzelf persoonlijk en professioneel door visie, reflectie en feedback.
- Communiceren: communiceert overtuigend en kan dit in tenminste één vreemde taal. Hij benut op effectieve wijze diverse communicatiemiddelen afgestemd op de doelgroep

Leeruitkomsten:

De student:

- beschrijft, analyseert en ontwikkelt samen met anderen voor zijn studentenbedrijf een gerichte communicatieaanpak voor een specifiek communicatievraagstuk en gebruikt daarbij het Communicatie Canvasmodel en de aangeboden theorie.
- werkt samen met anderen voor zijn studentenbedrijf de onderdelen Interne analyse en Creatief concept van het Communicatie Canvasmodel respectievelijk uit in een brand website en een conceptboard.
- maakt bij de uitwerking van het Communicatie Canvasmodel voor zijn studentenbedrijf gebruik van correct en klantgericht Nederlands, toegepast op de doelgroep.
- geeft samen met anderen in het Engels een overtuigende en enthousiasmerende presentatie over de brand positioning strategy van het eigen studentenbedrijf en gebruikt daarbij digitale kanalen en hulpmiddelen.
- past tijdens de presentatie het juiste Engelse marketing- en brandingvocabulaire toe en maakt gebruik van correct Engels, toegepast op de doelgroep.

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

Bij het studieonderdeel Corporate Communicatie staat de rol van Chief Communication in het studentenbedrijf centraal. Een Chief Communication geeft advies over de communicatie van een bedrijf. Hij helpt een communicatiestrategie op te zetten en zorgt ervoor dat het bedrijf via diverse kanalen communiceert en in dialoog gaat met verschillende communicatiedoelgroepen. De Chief Communication verzorgt zowel de interne als de externe communicatie van de organisatie. Dit houdt in dat hij de communicatie binnen de organisatie regelt en de communicatie van de organisatie met de buitenwereld. In de rol van Chief Communication zul je regelmatig in het Nederlands en in het Engels met verschillende communicatiedoelgroepen communiceren.

Je gaat met je studentenbedrijf aan de slag met het Communicatie Canvas. Met dit model leer je hoe je een gerichte communicatieaanpak beschrijft, analyseert en ontwikkelt voor een specifieke communicatievraag. Thema's die onder andere aan bod komen zijn: identiteit en reputatie van je bedrijf, corporate story, huisstijl, uitdragen van je merkidentiteit, contentstrategie en inzetten van verschillende media.

Ook ga je dit blok oefenen met overtuigend en enthousiasmerend presenteren in het Engels. Onder andere door middel van het uitbreiden van je woordenschat leer je hoe je in het Engels over je bedrijf, merk, imago en identiteit communiceert. Deze kennis ga je vervolgens toepassen in een presentatie waarbij je op overtuigende en enthousiasmerende wijze de brand positioning strategy van je studentenbedrijf in het Engels gaat neerzetten. Tijdens de presentatie ga je onder andere in op jullie merkidentiteit, merkimago en huisstijl.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: Hanze.nl/ORM of de blackboard course.

Instapvoorwaarden:

Verplicht onderdeel voor studenten opleiding/major ORM

Kosten:

Zie de boekenlijst op de intranet pagina van je opleiding onder Praktische Zaken.

Opgenomen in opleiding(en)

Ondernemerschap & Retail Management Bachelor

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

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.