

Vak: Project Campagne 1

credits: 4

Vakcode	COVB16CBC1	Werkvormen	Opdracht Projectonderwijs
Naam	Project Campagne 1	Toetsen	Campagne 1 - product - Overige toetsing
Studiejaar	2020-2021		
ECTS credits	4		
Taal	Nederlands		
Coördinator	S.T. Sixma		

Leeruitkomsten

De volgende competenties worden op niveau 2 ontwikkeld:

1. Internationaal, intercultureel communiceren
 - 1.2 De student is zich bewust van verschillende (organisatie) culturen en communicatiestijlen en past zijn professionele gedrag hierop aan.
 - 1.3 De student communiceert mondeling en schriftelijk – in de taal van de opleiding – op heldere, doelgroepgerichte en gestructureerde wijze en beheerst twee talen.
2. Ondernemendheid
 - 2.1 De student toont zijn ondernemendheid door een proactieve houding, 'out of the box' denken, bouwen en onderhouden van zakelijke (internationale netwerken) en het zelfstandig en in netwerkverband vertalen van ideeën naar innovatieve communicatieproducten op basis van doelgroepbehoeften en trends.
3. Analyseren en onderzoeken
 - 3.1 De student ontwikkelt een onderzoekende houding, is kritisch, staat open en is nieuwsgierig naar (internationale) trends, media, opvattingen en gedrag van stakeholders.
 - 3.3 De student past theorie en veelgebruikte beroepsmethoden toe ten behoeve van het vaststellen van oplossingen of communicatie-interventies voor organisaties.
5. Plannen en organiseren
 - 5.1 De student maakt een realistische planning voor een communicatieproject haalbaar qua tijd, financiën en bemensing en overeenkomstig de wensen van de opdrachtgever.

Inhoud

Voor bedrijven is het belangrijk om consumenten te betrekken in communicatie, hun wensen en handelen en onderliggen drijfveren voor gedrag te begrijpen. Een marketingcommunicatiecampagne is een prachtig middel om besluitvorming te beïnvloeden en gedrag te veranderen.

Als consultant in communicatie ontwikkelt de student een creatieve (marketing-) communicatiecampagne voor een opdrachtgever uit de energie-sector die gericht is op gedragsverandering c.q. gedragsbeïnvloeding.

Voordat de campagne definitief vormgegeven kan worden, zal de student eerst (ontwerpgericht) onderzoek moeten verrichten in de vorm van:

- Literatuuronderzoek
- Behoeftenanalyse
- Contextanalyse
- Best Practices

Het doel van het onderzoek is om te komen tot ontwerpcriteria, weergegeven in een programma van eisen, voor de komende (marketing-)communicatiecampagne.

De consultants werken in teamverband samen en inspireren elkaar met ideeën, delen hun netwerken en expertise en passen creatieve technieken toe om te komen tot een onderscheidende, innovatieve campagne voor hun opdrachtgever.

Opgenomen in opleiding(en)

Communicatie

School(s)

Instituut voor Communicatie, Media & IT