

Vak: Project Campagne 2

credits: 4

Vakcode	COVB16CPR1	Werkvormen	Opdracht Projectonderwijs
Naam	Project Campagne 2	Toetsen	Campagne 2 - HRM - Overige toetsing Campagne 2 - 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
 - 1.3 De student communiceert mondeling en schriftelijk - in de taal van de opleiding - op heldere, doelgroepgerichte en gestructureerde wijze en beheerst twee talen.
4. Adviseren en verbinden
 - 4.1 De student geeft onderbouwde adviezen over communicatiebeleid en communicatiemiddelen aan de organisatie dan wel opdrachtgever en draagt hiermee concreet bij aan de organisatie- doelstellingen, rekening houdend met budget, belangen en verwachtingen van relevante stakeholders.
 - 4.2 De student presenteert advies op overtuigende wijze en legt verantwoording af over (de resultaten van) het advies.
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
6. Creëren en realiseren
 - 6.2 De student realiseert content en media conform de wensen van de opdrachtgever.
 - 6.3 De student verantwoordt de keuze voor content en media.
7. Ontwikkelen en reflecteren
 - 7.1 De student heeft inzicht in de eigen persoonlijke (Bildung) en professionele ontwikkeling (normen en waarden) door feedback en reflectie en is zich bewust van eigen professioneel handelen en de impact hiervan op anderen.
 - 7.2 De student is zich bewust van de ethische aspecten van het communicatieberoep en van de context waarin hij opereert, is hierop aanspreekbaar en spreekt anderen op hun handelen aan

Inhoud

De student werkt in teamverband de inzichten van het onderzoek (programma van eisen) uit in een campagneplan. Om het gewenste gedrag te bereiken bepaalt de student concrete campagnedoelen. Wat wil de campagne bereiken? De campagne moet leiden tot gedragsverandering bij de geselecteerde doelgroep Als hulpmiddel hiervoor gebruikt de student een zogenaamd Canvasmodel.

De student kiest vervolgens kansrijke theoretische methoden om gedrag te sturen. Wordt bijvoorbeeld gekozen voor een negatieve of positieve insteek? Staat de doelgroep wel open voor verandering?

In een creatief proces wordt het campagneplan verder uitgewerkt naar een communicatiekanalen- en -middelenprofiel. De student kiest geïntegreerde media, denk bijvoorbeeld aan een app, een korte video en een poster. Bij het samenstellen van dit profiel onderzoekt en beslist de consultant wanneer een campagne efficiënt en effectief is (evaluatie in de vorm van een testplan en budgettering). Tot slot wordt een eindadvies gepresenteerd aan de klant.

Toelating alleen mogelijk met een voldoende afronding van project 2.1.

Opgenomen in opleiding(en)

Communicatie

School(s)

Instituut voor Communicatie, Media & IT