Vak: Project Campagne — credits: 10

Vakcode	COVB23CBC1
Naam	Project Campagne
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	10
Taal	Nederlands
Coördinator	S. van der Meulen

Werkvormen	Opdracht Projectonderwijs
Toetsen	Project Campagne - Overige toetsing Visuele Communicatie 5 - Overige toetsing Visuele Communicatie 6 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

De volgende leeruitkomsten worden op niveau 2 ontwikkeld: De student:

1. Context & Strategie

1. Signaleert ontwikkelingen die relevant zijn voor de organisatie, overziet internationale en (interculturele) ontwikkelingen en vertaalt de implicaties hiervan naar het communicatiebeleid.
2. Overziet ontwikkelingen in het vakgebied en het (internationale) medialandschap en kan deze inzichten vertalen naar de communicatiestrategie.

2. Doelgroep & Gedrag

3. Voert een praktijkonderzoek methodisch uit en hanteert daarbij passende onderzoeksmethoden.
4. Onderzoekt de wensen en behoeften van de doelgroep en begrijpt welke contextuele (culturele) factoren van invloed zijn op het gedrag van de doelgroep.
5. Verantwoordt communicatie-interventies op basis van kennis, theorie en inzichten uit onderzoek.

3. Concept & Creatie

6. Werkt een creatief concept uit dat aansluit bij de wensen van de (internationale) doelgroep en/of de doelstellingen van de organisatie.
7. Selecteert geschikte kanalen en (digitale) tools om passende communicatie voor de doelgroep te kiezen.
8. Creëert relevante content die aansluit bij het concept en bij de doelstellingen van de organisatie.

4. Planning & Organisatie

9. Ontwerpt planningen voor de implementatie van beroepsproducten rekening houdend met doelgroepen, doelstellingen en budget en organiseert de uitvoering.

5. Overtuiging & Draagvlak

10. Adviseert vanuit de organisatie of als externe adviseur (consultant) over de communicatie van de organisatie, rekening houdend met de communicatiestrategie van de organisatie.
11. Communiceert zowel mondeling als schriftelijk correct, doelgroepgericht, zakelijk en beknopt en creëert hiermee draagvlak (commitment).

6. Verbinding & Begeleiding

12. Organiseert interactie en samenwerking, zorgt voor (netwerk) ontmoetingen, vergroot zijn (internationale) netwerk en spreekt dit netwerk aan bij specifieke kennis- of informatiebehoefte.
13. Ziet kansen, ontplooit initiatieven en durft te experimenteren.

Inhoud

Voor organisaties is het belangrijk om consumenten te betrekken in communicatie, hun wensen en handelen en onderliggende drijfveren voor gedrag goed te begrijpen. Een communicatiecampagne is een prachtig middel om besluitvorming te beïnvloeden en gedragsverandering te stimuleren.

In het Project Campagne werkt de student als communicatieadviseur aan een echt communicatievraagstuk. Daarbij gaat het om het begrijpen van de doelgroep, het ontdekken van wat mensen motiveert en het vertalen van die inzichten naar een creatieve campagne die gericht is op gedragsbeïnvloeding of -verandering.

Het proces volgt het Design Thinking Double Diamond-model: eerst wordt de context en doelgroep onderzocht, vervolgens wordt het kernprobleem scherp gedefinieerd en vertaald naar heldere ontwerpcriteria. Vanuit daar ontstaan meerdere creatieve ideeën en prototypes, die worden getest en aangescherpt tot één sterk concept. Dat concept wordt uitgewerkt tot een concreet campagneplan met een passende middelenmix en een uitvoerbaar advies voor de opdrachtgever.

De student werkt in een projectgroep die functioneert als een eigen communicatiebureau. In dit team wordt kennis gedeeld, wordt elkaar geïnspireerd en worden professionele, onderzoekende en creatieve vaardigheden ingezet om tot een onderscheidende en goed onderbouwde campagne te komen.

Visuele Communicatie 5

De student ontwerpt een huisstijl, inclusief logo en huisstijlhandboek voor de personal branding. Wie ben jij of hoe wil je jezelf graag neerzetten? En wat voor vormgeving past daarbij? De student leert welke boodschap verschillende soorten lettertypen en kleuren communiceren en kernwaarden te kiezen die de basis vormen voor de personal branding.

Visuele Communicatie 6

In het verlengde van wat de student bij Visual Communication 5 leerde over het ontwerpen van een huisstijl, gaat de student aan de slag met het ontwerpen van een set visuele middelen voor een campagne voor een echte opdrachtgever. Daarbij is elke student individueel verantwoordelijk voor een product. Tegelijk krijgt de student de opdracht om samen met groepsgenoten een overkoepelende huisstijl te ontwikkelen en te bewaken.

Opgenomen in opleiding(en)

Communicatie

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

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.