Vak: Corporate communicatie — credits: 15

Vakcode	COVP26CORP
Naam	Corporate communicatie
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	15
Taal	Nederlands
Coördinator	L.M. Kiel

Werkvormen	Opdracht Projectonderwijs
Toetsen	Competentie 1 - Overige toetsing Competentie 2 - Overige toetsing Competentie 3 - Overige toetsing Competentie 5 - Overige toetsing Competentie 6 - Overige toetsing Competentie 7 - Overige toetsing Portfolio - Overige toetsing

Leeruitkomsten

De volgende leeruitkomsten worden op niveau 1 ontwikkeld**:**

1. Context & Strategie
De student analyseert de relevante ontwikkelingen in het vakgebied en medialandschap en vertaalt deze naar de communicatiestrategie voor het te ontwikkelen beroepsproduct. De student analyseert hierbij welke mensen en middelen betrokken zijn in het ontwerpproces en gebruikt hierbij de juiste technieken en bronnen.

2. Doelgroep & Gedrag
De student gebruikt relevante onderzoeksmethoden voor de totstandkoming van het beroepsproduct. In het uitgevoerde onderzoek analyseert de student de wensen en behoeften van stakeholders en neem deze mee in de ontwikkeling van het beroepsproduct. Daarbij is de student in staat om beperkingen van het eigen onderzoek aan te geven. De student laat zien hoe communicatie-interventies die de student ontwikkelt gebaseerd zijn op kennis, theorie en inzichten die uit het onderzoek naar voren zijn gekomen.

3. Concept & Creatie
De student creëert (een prototype van) een beroepsproduct dat aansluit bij de doelstellingen van de organisatie. De student past in het beroepsproduct relevante communicatiekanalen en -tools toe om effectieve communicatie voor de doelgroep te ontwikkelen.

5. Overtuiging & Draagvlak
De student adviseert de organisatie over de communicatie en houdt daarbij rekening met de doelstellingen van de organisatie. De student communiceert mondeling en schriftelijk correct, doelgroepgericht en zakelijk. Daarbij kan de student zijn standpunten intern en extern toelichten en afwegen.

6. Verbinding & Begeleiding
De student ontplooit initiatieven en vernieuwende ideeën en toont een proactieve houding binnen het team. De student neemt verantwoordelijkheid voor het eigen handelen, kan daar op reflecteren ten behoeve van persoonlijke, vakinhoudelijke en professionele groei en is in staat ook anderen, in interactie, te stimuleren tot groei.

7. Persoonlijke en professionele ontwikkeling
De student toont vooruitgang in het proces van zijn persoonlijke en professionele ontwikkeling op basis van de professional vaardigheden en individuele leerdoelen.

Inhoud

In de maatschappij spelen veel *issues*: onderwerpen waarover verschillend gedacht wordt. Het zijn onderwerpen die veel emoties oproepen en waar mensen zich sterk bij betrokken voelen. Niet alleen de mensen in de samenleving, maar ook de verschillende organisaties die betrokken zijn bij dat onderwerp. Die organisaties noemen we stakeholders. Soms hebben zij voornamelijk economische en/of politieke belangen, maar soms gaat het juist om organisaties met idealen om de wereld werkelijk te verbeteren.

Een communicatiespecialist speelt in dit krachtenveld van maatschappelijke discussies een belangrijke rol. Wie zijn standpunten kan onderbouwen, wie voldoende kennis van zaken heeft en zijn concurrenten kent, wint het debat. Zijn standpunt bepaalt de publieke opinie.

Tijdens dit groepsproject voor een fictieve opdrachtgever vertegenwoordigt de student een stakeholder binnen een maatschappelijk issue. Hij of zij onderzoekt het issue, analyseert en factcheckt de berichtgeving in de media – en op basis van dit onderzoek wordt uiteindelijk een advies opgesteld voor de stakeholder in de vorm van een pr-plan. Dit alles mondt uit in een debatgala waarin de student namens de stakeholder het woord voert.

De student presenteert met de projectgroep de uitkomsten van het onderzoek en het advies op een overtuigende manier.

Ook gaat de student aan de slag met het visualiseren van het issue, met als concrete opdrachten een beeldenanalyse en een campagneposter. Er wordt gewerkt met een Adobeprogramma zoals Illustrator of Photoshop, of met Canva Pro.

De student toont de ontwikkeling in een portfolio en sluit het blok af met een eindgesprek.

Opgenomen in opleiding(en)

Communicatie

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

share your talent. move the world.

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.