

BIJLAGE A competentieprofiel van de opleiding

Na voltooiing van de opleiding moet de student als beroepsbeoefenaar zelfstandig en met kritische instelling kunnen werken en beschikt de student over de volgende competenties op hbo-niveau:

Samenstelling

Het Beroeps- en competentieprofiel van de opleiding Media, Informatie en Communicatie bevat drie onderdelen:

1. Vijf competenties annex (gedrags)indicatoren
2. 'Body of knowledge', 'skills' en 'attitudes'
3. Beroepsprofielen

1. Vijf MIC-competenties

| Algemene criteria voor de toetsing van competent handelen | |
|--|---|
| Competenties | (Gedrags)indicatoren |
| I. Onderzoeken Oriënteren Herkennen Verzamelen Selecteren Analyseren Vastleggen | 1.gebruikt verschillende (relevante) theoretische inzichten en concepten 2.gebruikt relevante onderzoeksmethoden- en technieken 3.stelt relevante onderzoeksvragen 4.rafelt complexe vraagstukken uiteen in deelvragen/aspecten 5.brengt relevante aspecten in kaart 6.legt verbanden tussen verschillende aspecten, ziet samenhang 7.zoekt relevante bronnen; kiest uit verschillende opties de meest relevante (voor doelgroep en/of medium) 8.experimenteert, zoekt naar bronnen en methoden buiten de gebaande paden |
| Kernkwalificaties 1,2,3,6 | |
| Dublin descriptor 1,2 | |

| | |
|---|--|
| <p>II. Ondernemen</p> <p>Kansen herkennen/zien Initiatief nemen Organiseren Plannen Ambitie tonen Exploiteren en beheren Realiseren Beslissen Anticiperen</p> <p>Kernkwalificaties 4,5,7,9 Dublin descriptoren 2,3,4, 5</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1.kan missie en visie van onderneming bepalen 2.kan strategie en realistische doelstellingen bepalen 3.weet maatschappelijk relevante trends op waarde te schatten 4.heeft oog voor (inter)culturele ontwikkelingen vanuit een internationaal gezichtspunt 5.weet kansen om te zetten in ideeën en concepten 6.kan 'out of the box' denken 7.is initiatiefrijk en besluitvaardig 8.is resultaatgericht 9.laat gedrevenheid en ambitie zien 10.kan ondernemend en commercieel handelen 11.kan plannen en organiseren 12.weet mensen en middelen te mobiliseren en aan te sturen 13.kan bedrijfsmatig handelen 14.kan klantgericht handelen 15.kan doelgroepgericht handelen |
| <p>III. Ontwerpen</p> <p>(Concept) Ontwikkelen Creëren Innoveren Coördineren Beslissen Plannen Beoordelen</p> <p>Kernkwalificaties 2,7 Dublin descriptoren 1,3</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1.kan bepalen of een plan of (media)product past binnen strategie en doelstellingen van een bedrijf 2.kan vooraf, tussentijds en achteraf een juiste inschatting maken van het belang en de waarde van een plan of product 3.kan zelf content (laten) vervaardigen en bewerken 4.kan plannen en/of (media)producten bewerken en/of (verder) ontwikkelen 5.kan plannen en/of producten multimediaal en crossmediaal uitwerken 6.kan de werkzaamheden die deel uitmaken van een productie plannen en coördineren 7.kan een productieproces evalueren en voorstellen aandragen ter verbetering |

| | |
|---|---|
| <p>IV. Communiceren</p> <p>Formuleren Argumenteren Presenteren Adviseren Netwerken</p> <p>Kernkwalificaties 1,4,6,8 Dublin descriptoren 1,2, 5</p> | <ol style="list-style-type: none">1.kan zich in verschillende beroepssituaties mondeling en schriftelijk adequaat uitdrukken in de Nederlandse taal (actieve beheersing NT)2.kan Nederlandse vakliteratuur lezen en correct weergeven (passieve en actieve beheersing NT)3.kan zich in verschillende beroepssituaties mondeling en schriftelijk adequaat uitdrukken in de Engelse taal (actieve beheersing Engels)4.kan Engelse vakliteratuur lezen en correct weergeven (passieve en actieve beheersing Engels)5.kent de communicatieve impact van alle tekstsoorten en genres waarmee hij bij de uitoefening van zijn beroep te maken heeft6.kent de communicatieve impact van diverse soorten beeld/film en geluid en weet (audio)visuele elementen functioneel, efficiënt en overtuigend toe te passen in situaties waarin dit nuttig, nodig of wenselijk is7.kent de communicatieve impact van digitale/elektronische media en kan tekst, beeld en geluid geschikt (laten) maken voor publicatie via deze media8.kan de teksten die hij in het kader van zijn beroep moet (laten) schrijven afstemmen op doel en publiek, met een voor de lezer duidelijke structuur, in prettig leesbaar, helder en foutloos Nederlands9.is in staat zijn mening zowel mondeling als schriftelijk met goede argumenten te onderbouwen, afgestemd op situatie, doel en publiek10.stemt de visuele en tekstuele presentatie van zijn professionele activiteiten af op doel, doelgroep en context11.hanteert effectieve middelen voor het opbouwen en onderhouden van een netwerk dat een succesvolle ondersteuning vormt van zijn professie |
|---|---|

| | |
|---|---|
| V. Professioneel handelen Ethisch/integer handelen Samenwerken Adequaat reageren Kernkwalificaties 1,2,6,10 Dublin descriptoren 1,2,3 | <ol style="list-style-type: none">1.kan actuele kennis over het beroep overzien en toepassen2.kan multidisciplinair denken en handelen3.is zich bewust van ethische, juridische en maatschappelijke kaders en opereert daarbinnen4.is zich bewust van maatschappelijk verantwoord handelen en voelt zich daarbij betrokken5.werkt vanuit beroeps- en/of bedrijfscode6.reflecteert over proces en inhoud en over de eigen rol daarin7.kan functioneren binnen een arbeidsorganisatie |
|---|---|

2. 'Body of knowledge', 'skills' en 'attitudes'

Gemeenschappelijke kennis

Heeft kennis van:

Onderzoeksmethoden
(Inter)culturele kennis van maatschappelijke ontwikkelingen
Ontwikkelingen in de (internationale) media-, informatie- en communicatiewereld
Algemeen financiële aspecten
Organisatiekunde
Marketingprincipes
Basis marketingcommunicatie
Schriftelijke en mondelinge communicatietechnieken
Spelling, grammatica, stijl en tekstsoorten
Engelse taal (mondeling en schriftelijk)
Beeldtaal
Informatierecht
Media-ethiek

| Kennis tbv NM | Kennis tbv RMP | Kennis tbv IM | Kennis tbv MMP | Kennis tbv RMC |
|---|--|---|---|--|
| <p>Basiskennis politiek, economie, sociologie, psychologie, trends en lifestyle</p> <p>Invloed technologie op media en mediagebruik</p> <p>Crossmediaal denken</p> <p>Media en commercie</p> <p>Marketing van omroep en uitgeverij</p> <p>Beeldanalyse</p> <p>Werken op een redactie</p> <p>Doelgroepanalyse</p> <p>Freelancen in de journalistiek</p> <p>Bedrijfsjournalistiek</p> | <p>Medialandschap</p> <p>Mediarecht</p> <p>Multimediaal ontwerpen</p> <p>Crossmediaal ontwerpen</p> <p>Productieprocessen</p> <p>Redactionele workflow</p> <p>Mediaproducten</p> <p>Tekstsoorten en programmagenres</p> <p>Presentatievormen</p> | <p>Informatie- en kennisbeleid</p> <p>Informatie-architectuur</p> <p>Werk- en informatieprocessen</p> <p>Analysetechnieken</p> <p>Informatiebehoefte</p> <p>Informatiebehoefte-analyse en toegepaste technieken</p> <p>Contentmanagement</p> <p>Metadatering</p> <p>Authenticatie en security</p> <p>Digitale duurzaamheid</p> <p>Webarchivering</p> <p>Databasemanagement</p> <p>Recordmanagement</p> <p>Deskresearch</p> <p>Bedrijfskunde: algemene en financiële aspecten, marketingkennis op NIMA-A niveau</p> <p>Informatieketen</p> | <p>Mediasector (bedrijfskolom, businessmodellen, belangrijkste spelers, marktontwikkelingen)</p> <p>Relevante maatschappelijke en culturele ontwikkelingen</p> <p>Strategische marketing op minstens NIMA-A niveau</p> <p>Operationele marketing op minstens NIMA-A niveau</p> <p>Financieel management</p> <p>Elementaire managementtechnieken</p> | <p>Marketingcommunicatie</p> <p>Communicatiemanagement</p> <p>Mediaplanning</p> <p>Doelgroepsegmentatie, Actiemiddelen</p> <p>Marketing-/communicatieplannen</p> <p>Consumentengedrag</p> <p>Conceptontwikkeling en -beoordeling</p> <p>Internetmarketing</p> <p>Organisatiestructuren, Mediapsychologie</p> <p>Effect van inzet van middelen en media</p> <p>Werk en functioneren van creatieven</p> <p>Sturingsmechanismen</p> |

Gemeenschappelijke vaardigheden

Kan:

Onderzoek verrichten

Onderzoeksgegevens analyseren

ICT-middelen inzetten

Rapporteren

Idee naar product voor doelgroepen en mediatypen vertalen

Mediaproducten en plannen en (laten) realiseren

Content crossmediaal toepassen

Concepten en producten kwalitatief beoordelen

Tekst, beeld en geluid interpreteren

Beeld/beeldgebruik selecteren en beoordelen

Netwerken

Plannen, organiseren en delegeren

Mondeling en schriftelijk communiceren in het Nederlands en Engels

Schrijven voor doelgroepen en mediatypen

Presenteren

Samenwerken

Reflecteren en feedback geven

| Vaardigheden tbv NM | Vaardigheden tbv RMP | Vaardigheden tbv IM | Vaardigheden tbv MMP | Vaardigheden tbv RMC |
|---|--|---|--|---|
| <p>Ondernemingsplan schrijven</p> <p>Werken met Indesign en Photoshop</p> <p>Werken met Wordpress</p> <p>Radioverslaggeving verzorgen en de benodigde techniek daarvoor gebruiken</p> <p>Televisieverslaggeving verzorgen en de benodigde techniek daarvoor gebruiken</p> <p>Schrijven in diverse journalistieke genres voor print en online (nieuwsbericht, interview, reportage, column, essay)</p> <p>Beeld beoordelen en selecteren</p> <p>Werken met deadlines</p> | <p>Eigen onderzoek uitvoeren</p> <p>Beschikbare onderzoeksresultaten gebruiken</p> <p>Strategische beslissingen vertalen naar conceptvoorstellen</p> <p>Concepten/formats voor mediaproducten ontwikkelen</p> <p>Content (tekst, beeld, geluid) creëren</p> <p>Content bewerken (crossmediale) mediaproducten produceren</p> <p>ICT-middelen aanwenden</p> <p>Audiovisuele technische apparatuur bedienen</p> <p>Kostprijs van mediaproducten calculeren en kosten bewaken</p> | <p>Web 2.0/3.0-toepassingen inzetten</p> <p>HTML-, XML-, SQL- en PHP-scripts aanpassen</p> <p>Informatiesystemen beoordelen op interactiviteit en individuele aanpasbaarheid</p> <p>Didactische concepten voor mediavaardigheden ontwikkelen</p> <p>Gebruikersinstructies in het omgaan met informatiebronnen ontwikkelen en uitvoeren</p> <p>Retrievaltools inzetten</p> | <p>Een missie van een mediaorganisatie formuleren en adequaat vertalen naar doelstellingen en strategieën</p> <p>Doelstellingen en strategieën naar ondernemings-uitgeef-, marketing-en promotieplannen vertalen</p> <p>Plannen binnen gestelde kaders uitvoeren en bewaken</p> <p>Mediaproducten rendabel exploiteren</p> <p>Omgaan met externe partijen (leveranciers, afnemers, intermediairs, interne stakeholders)</p> <p>Inspelen op commerciële mogelijkheden</p> <p>Briefen en debriefen</p> | <p>Budgetteren</p> <p>Begroten</p> <p>Plannen</p> <p>Samenwerken</p> <p>Communiceren</p> <p>Evalueren</p> <p>Presenteren, Marketing/communicatieplannen schrijven, beoordelen interpreteren en doorvertalen</p> <p>Onderzoek uitzetten</p> <p>Onderzoek interpreteren</p> <p>Onderzoek doorvertalen</p> <p>Concept/formats/voorstel beoordelen en vertalen in inzetmiddelen,</p> <p>Onderhandelen</p> <p>Briefen en debriefen</p> |

Gemeenschappelijke attitudes

Is:

Nieuwsgierig
Nauwkeurig
Proactief
Zelfstandig
Ondernemend
Flexibel
Stressbestendig
Kritisch