

Bijlage 4 bij het besluit van de Vlaamse Regering van ... tot wijziging van de indeling van studiegebieden in opleidingen van het secundair volwassenenonderwijs en van de regelgeving betreffende de studiebekrachtiging, de organisatie van het opleidingsaanbod en de modulaire structuur van het hoger beroepsonderwijs en het secundair volwassenenonderwijs voor de studiegebieden ICT, mechanica-elektriciteit, hout en voeding

Bijlage XIX bij het besluit van de Vlaamse Regering van 10 juli 2008 betreffende de modulaire structuur van de studiegebieden van het hoger beroepsonderwijs

---

**BIJLAGE XIX. – De modulaire opleiding “Ondernemingscommunicatie” CVO HBO5 Antwerpen**

---



Vlaams Ministerie van Onderwijs en Vorming

1 februari 2015

**Hoger beroepsonderwijs**  
**HANDELSWETENSCHAPPEN en**  
**BEDRIJFSKUNDE**

**Ondernemingscommunicatie**

**CVO HBO5 Antwerpen**



## Inhoud

1	Opleiding Ondernemingscommunicatie .....	4
1.1	Relatie ondernemingscommunicatie – referentiekader .....	4
1.2	Inhoud .....	4
1.3	Certificering .....	4
1.4	Niveau .....	5
1.5	Duur .....	5
1.6	Modules .....	5
1.7	Leertraject .....	6
2	Basiscompetenties .....	7
2.1	Opleiding ondernemingscommunicatie .....	7
2.1.1	Cluster Onderneming .....	7
2.1.2	Cluster Communicatiebeleid .....	7
2.1.2	Cluster Communicatievaardigheden .....	9
2.2.2	Cluster Project .....	10
3	Modules van ondernemingscommunicatie .....	11
3.1	Module Basis Management A1 .....	11
3.1.1	Situering van de module .....	11
3.1.2	Instapvereisten voor de module .....	11
3.1.3	Studieduur .....	11
3.1.4	Basiscompetenties .....	11
3.2	Module Basis Marketing A2 .....	11
3.2.1	Situering van de module .....	11
3.2.2	Instapvereisten voor de module .....	11
3.2.3	Studieduur .....	11
3.2.4	Basiscompetenties .....	11
3.3	Module Basis Financiën A3 .....	12
3.3.1	Situering van de module .....	12
3.3.2	Instapvereisten voor de module .....	12
3.3.3	Studieduur .....	12
3.3.4	Basiscompetenties .....	12
3.4	Module Basis Communicatie B1 .....	12
3.4.1	Situering van de module .....	12
3.4.2	Instapvereisten voor de module .....	12
3.4.3	Studieduur .....	12
3.4.4	Basiscompetenties .....	13
3.5	Module Online Communicatie .....	13
3.5.1	Situering van de module .....	13
3.5.2	Instapvereisten voor de module .....	13
3.5.3	Studieduur .....	13
3.5.4	Basiscompetenties .....	13
3.6	Module Interne Communicatie B3 .....	13
3.6.1	Situering van de module .....	13
3.6.2	Instapvereisten voor de module .....	13
3.6.3	Studieduur .....	13
3.6.4	Basiscompetenties .....	14
3.7	Module Marketingcommunicatie .....	14
3.7.1	Situering van de module .....	14
3.7.2	Instapvereisten voor de module .....	14
3.7.3	Studieduur .....	14
3.7.4	Basiscompetenties .....	15
3.8	Module Corporate Communicatie .....	15
3.8.1	Situering van de module .....	15
3.8.2	Instapvereisten voor de module .....	15
3.8.3	Studieduur .....	15
3.8.4	Basiscompetenties .....	15



3.9 Module Interculturele Communicatie B6.....	16
3.9.1 Situering van de module.....	16
3.9.2 Instapvereisten voor de module .....	16
3.9.3 Studieduur .....	16
3.9.4 Basiscompetenties.....	16
3.10Module Medialandschap B7.....	16
3.10.1 Situering van de module.....	16
3.10.2 Instapvereisten voor de module .....	16
3.10.3 Studieduur .....	16
3.10.4 Basiscompetenties.....	16
3.11Module Communicatievaardigheden C1 .....	17
3.11.1 Situering van de module.....	17
3.11.2 Instapvereisten voor de module .....	17
3.11.3 Studieduur .....	17
3.11.4 Basiscompetenties.....	17
3.12Module Professional English C2 .....	18
3.12.1 Situering van de module.....	18
3.12.2 Instapvereisten voor de module .....	18
3.12.3 Studieduur .....	18
3.12.4 Basiscompetenties.....	18
3.13Module Digitale Vaardigheden C3 .....	18
3.13.1 Situering van de module.....	18
3.13.2 Instapvereisten voor de module .....	19
3.13.3 Studieduur .....	19
3.13.4 Basiscompetenties.....	19
3.14Module Projectwerk D1 .....	19
3.14.1 Situering van de module.....	19
3.14.2 Instapvereisten voor de module .....	19
3.14.3 Studieduur .....	20



## Opleiding

### 1.1 Relatie opleiding – referentiekader

De opleiding ondernemingscommunicatie behoort tot het studiegebied handelswetenschappen en bedrijfskunde.

Analyses uit het bedrijfsleven wijzen uit dat mensen met een diploma hoger onderwijs meer kansen op de arbeidsmarkt hebben dan met een diploma secundair onderwijs. Het Hoger volwassenenonderwijs biedt mensen - die door omstandigheden de kans op een hogere opleiding voltijds onderwijs gemist hebben – de mogelijkheid om een diploma hoger onderwijs te behalen. Modularisering van de opleiding biedt voldoende flexibiliteit om tegemoet te komen aan de opleidingsnoden van deze doelgroep. Cursisten kunnen volgens eigen behoeften zelf een leertraject uitstippelen, de opleidingsduur naar behoeften bepalen en de instapmomenten zelf vaststellen. Democratisering van het onderwijs wordt hierdoor geconcretiseerd.

Waar communicatie vroeger een veeleer dienende rol had, zijn succesvolle ondernemingen vandaag communicatiegeoriënteerd. Communicatie wordt zelfs geciteerd als misschien wel het belangrijkste ingrediënt van het hedendaagse ondernemen. Grote organisaties, maar evenzo kleine en middelgrote ondernemingen hebben daarom nood aan knowhow met betrekking tot het communiceren en wel op zo'n manier dat het de relaties met de verschillende doelgroepen versterkt. Het opleiden tot communicatievaardige professionals kan beschouwd worden als een van de grote opleidingsbehoeften voor het OSP.

Doeltreffende communicatie is een kwestie van kennen en kunnen, steunend op planning, consistentie en integratie. Nog nooit was het aanbod aan communicatiemiddelen zo hoog. Zo ook het risico op versnipperde budgetten en gebrek aan synergie. Communicatie richt zich op de eigen medewerkers, maar ook op externe stakeholders.

### 1.2 Inhoud

In deze opleiding leert de cursist hoe doordachte beslissingen te nemen bij de keuze van boodschap, medium, en tekst. Cursisten kunnen aan het eind van de opleiding bogen op een ruim kader van principes uit het ondernemings- en het communicatiemanagement, naast de communicatiemedia. Bovendien hebben ze zich ook bekwaamd in communicatievaardigheden, waarbij de praktijk van het communiceren binnen de onderneming integraal deel uitmaakt van de opleiding. Bijzondere aandacht wordt besteed aan ondernemingscommunicatie over de grenzen heen. De opleiding omvat daarom ook modules zoals Professional English, interculturele communicatie, en e-mediavaardigheden. Cursisten die verkiezen om de troef van meertalige ondernemingscommunicatie ten volle uit te spelen kunnen hun studie desgewenst aanvullen met talencursussen Engels, Spaans, Frans, Italiaans, Duits,...

Na het volgen van deze HBO5-opleiding ga je aan de slag op de arbeidsmarkt of kies je voor het aanvullingstraject aan de AP Hogeschool. De opleiding is een opstap naar de opleiding bachelor in het office management, of naar de opleiding bachelor in het communicatiemanagement, afstudeerrichting commerciële communicatie.

### 1.3 Certificering

Elke module wordt bekrachtigd met een deelcertificaat.

Deze opleiding leidt tot het diploma van gegradueerde – ONDERNEMINGSCOMMUNICATIE. Het diploma leidt in combinatie met het certificaat AANVULLENDE ALGEMENE VORMING tot het diploma secundair onderwijs.



## 1.4 Niveau

De opleiding situeert zich op het niveau hoger beroepsonderwijs.

## 1.5 Duur

De opleiding ondernemingscommunicatie omvat in totaal 960 lestijden.

## 1.6 Modules

Naam	Code	Lestijden
BASIS MANAGEMENT	A1	40
BASIS MARKETING	A2	40
BASIS FINANCIEN	A3	40
BASIS COMMUNICATIE	B1	40
ONLINE COMMUNICATIE	B2	80
INTERNE COMMUNICATIE	B3	80
MARKETINGCOMMUNICATIE	B4	80
CORPORATE COMMUNICATIE	B5	80
INTERCULTURELE COMMUNICATIE	B6	40
MEDIALANDSCHAP	B7	80
COMMUNICATIEVAARDIGHEDEN	C1	120
PROFESSIONAL ENGLISH	C2	80
DIGITALE VAARDIGHEDEN	C3	80
PROJECTWERK	E1	80
	<b>Totaal:</b>	<b>960</b>



## 1.7 Leertraject

### Structuurschema ondernemingscommunicatie ( NIEUWE VERSIE)

Onderneming	Communicatiebeleid	Communicatievaardigheden	Project
A1. Basis Management (40 LT)	B1. Basis communicatie (40LT)	C1. Communicatievaardigheden (120LT)	E1. Projectwerk (80LT)
A2. Basis Marketing (40 LT)	B2. Online communicatie (80LT)	C2. Professional English (80LT)	
A3. Basis Financiën (40LT)	B3. Interne communicatie (80LT)	C3. Digitale mediavaardigheden (80LT)	
	B4. Marketingcommunicatie (80LT)		
	B5. Corporate communicatie (80LT)		
	B6. Interculturele Communicatie (40LT)		
	B7. Medialandschap (80LT)		



## 2 Basiscompetenties

### 2.1 Opleiding ondernemingscommunicatie

#### 2.1.1 Cluster Onderneming

Code	Basiscompetenties
	De cursist kan
1.1	De algemene managementprincipes inzien.
1.2	De manier waarop een bedrijf kan georganiseerd worden kennen.
1.3	Diverse stijlen van leidinggeven kennen
1.4	Stijlen van leidinggeven kunnen toepassen in diverse situaties.
1.5	Mensen kunnen motiveren.
1.6	Diverse stromingen in bedrijfsstrategieën kennen.
1.7	Het verloop van een herstructureringsproces kunnen aangeven.
1.8	Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.
2.1	Een omgevingsanalyse van een onderneming kunnen ontwikkelen.
2.2	Een beperkt marktonderzoek kunnen uitvoeren.
2.3	Een analyse van een product of een dienst van een onderneming aan de hand van de 4 P's kunnen maken.
2.4	Een marketingplan voor een product of een dienst kunnen opstellen. Hoe de prijs van een product tot stand komt, kunnen inzien.
3.1	De jaarrekening van een onderneming kunnen lezen.
3.2	De basismethoden van kostprijsberekening en investeringsanalyse in eenvoudige situaties kunnen toepassen..
3.3	De financieringsproblematiek van de onderneming kunnen begrijpen.
3.4	Een jaarrekening van een onderneming d.m.v. kengetallen kunnen analyseren.
3.5	Een globale financiële evaluatie over de onderneming kunnen maken. Een budget kunnen opstellen

#### 2.1.2 Cluster Communicatiebeleid

Code	Basiscompetenties
	De cursist kan
4.1	Communicatie modelmatig schematiseren kunnen toelichten.
4.2	Diverse communicatieaxioma's kunnen uitleggen.
4.3	Een psychologische visie over communicatie kunnen verwoorden en toelichten.
4.4	De impact van psychologische aspecten in communicatie kunnen verwoorden en implementeren.
4.5	Een sociologische visie over communicatie kunnen verwoorden en toelichten.
4.6	De impact van sociologische aspecten in communicatie kunnen verwoorden en implementeren.
5.1	Een communicatieprobleem scherp stellen en de essentie zien.
5.2	Doelgericht en met realiteitszin een actieplan ontwikkelen.
5.3	De meest geschikte online communicatiemiddelen selecteren.
5.4	Online communicatiemiddelen effectief en efficiënt inzetten.
5.5	De boodschap aanpassen aan het communicatievermogen van een medium.
5.6	Een boodschap aanpassen aan het vooropgestelde doel.



6.1	De verschillende aspecten van een organisatiecultuur en de implicaties ervan voor de interne communicatie kunnen begrijpen.
6.2	Een interne communicatiestrategie aan de algemene ondernemingsstrategie kunnen linken.
6.3	Een atmosfeer, processen en methodes voor een geïntegreerde interne communicatiestrategie kunnen creëren.
6.4	Informele communicatiestructuren kunnen gebruiken.
6.5	Hoe interne communicatie werkt binnen een omgeving van continue verandering kunnen begrijpen.
6.6	Een brede waaier van interne communicatie technieken kunnen evalueren.
6.7	De meest geschikte communicatietechnieken voor een specifieke boodschap kunnen identificeren.
6.8	Verschillende vormen van obstructie kunnen onderkennen.
6.9	Veranderingen die zich aandienen kunnen communiceren en implementeren.
6.10	Met weerstanden kunnen omgaan.
7.1	Marktsegmentatie in functie van een optimaal communicatieplan kunnen toepassen.
7.2	De reclame- en promotiesector in België kunnen situeren.
7.3	Het consumentengedrag bij het uitwerken van een campagne kunnen incalculeren.
7.4	Een reclamecampagne kunnen ontwikkelen.
7.5	De mogelijkheden van het internet op marketingcommunicatie kunnen toepassen.
7.6	Een CRM-systeem kunnen hanteren.
7.7	Een e-marketing communicatieplan kunnen uitwerken.
8.1	De verschillende begrippen kunnen beschrijven en toelichten.
8.2	De verschillende communicatietechnieken kunnen verwoorden en toepassen binnen het communicatieplan.
9.1	Het begrip cultuur kunnen verwoorden.
9.2	De diverse onderdelen van een cultuur kunnen onderscheiden.
9.3	De grote culturen kunnen toelichten. De vuistregels van interculturele communicatie kunnen hanteren.
9.4	De componenten van een organisatiecultuur kunnen verwoorden.
9.5	Aandacht hebben voor de culturele component in communicatie.
9.6	Zich verdraagzaam kunnen opstellen naar andere culturen.
9.7	Zin voor samenwerking met diverse culturen kunnen ontwikkelen.
10.1	Een beschrijving van de diverse media met de voor- en nadelen van elk medium kunnen geven.
10.2	Het impact van elk medium kunnen toelichten.
10.3	Een keuze tussen de diverse media in functie van de doelstellingen en de doelgroep van de communicatie kunnen maken.
10.4	Diverse media effectief kunnen gebruiken.



**2.1.3 Cluster Communicatievaardigheden**

Code	Basiscompetenties
	De cursist kan
11.1	Efficiënt kunnen communiceren.
11.2	Actief kunnen luisteren.
11.3	Assertief kunnen communiceren.
11.4	Efficiënt non – verbaal kunnen communiceren.
11.5	Efficiënt kunnen telefoneren.
11.6	Een professioneel verkoopsgesprek kunnen voeren.
11.7	Overtuigende teksten kunnen schrijven.
11.8	Efficiënt kunnen communiceren via e-media.
11.9	Functioneringsgesprekken kunnen voeren.
11.10	Beoordelingsgesprekken kunnen voeren.
11.11	Correctiegesprekken kunnen voeren.
11.12	Slecht-nieuwsgesprekken kunnen voeren.
11.13	Kunnen deelnemen aan brainstorm sessies.
11.14	Brainstorm sessies kunnen leiden.
11.15	Efficiënt kunnen interviewen.
11.16	Kunnen deelnemen aan vergaderingen.
11.17	Vergaderingen kunnen leiden.
11.18	Kunnen onderhandelen.
11.19	Een presentatie kunnen geven.
11.20	Helder leesbare teksten kunnen schrijven.
11.21	Overtuigende teksten kunnen schrijven.
12.1	Zich in een professionele Engelstalige omgeving vlot en accuraat in het Engels kunnen uitdrukken.
12.2	De beschreven taaltaken tijdens de verschillende activiteiten op het Vantage niveau kunnen uitvoeren.
13.1	De belangrijkste programma's van MS Office kunnen gebruiken.
13.2	Datawarehousing kunnen definiëren en het verschil met operationele databanken aantonen.
13.3	Verschillende stappen in datawarehousing herkennen.
13.4	Met het internet en haar belangrijkste toepassingen kunnen werken.
13.5	Sterke en zwakke punten in een website kunnen herkennen.
13.6	Een eenvoudige website kunnen concipiëren, implementeren (door middel van html-codering of het gebruik van een zgn. wysiwyg-pakket) en publiceren.



13.7	Een website kunnen opbouwen .
13.8	Een website kunnen implementeren
13.9	Een website kunnen publiceren.
13.10	Een website kunnen marketen.
13.11	Een website kunnen promoten, gebruik makend van verschillende technieken.

### 2.1.4 Cluster Project

Code	Basiscompetenties
	De cursist kan
14.1	Uitgaande van de basiscompetenties van een communicatiedeskundige een communicatieplan opstellen, implementeren, opvolgen en evalueren in een concrete ondernemings situatie.
14.2	Omgaan met het interdisciplinaire karakter van zo'n project.
14.3	Niet alleen vakkennis toepassen maar ook communicatieve en organisatorische vaardigheden en een juiste werkhouding hanteren (zelfstandigheid, werken in teamverband, creativiteit en aanpassingsvermogen);.
14.4	Een actieve leerhouding hanteren en kennis, vaardigheden en attitudes hanteren om probleemsituaties op te lossen.
14.5	In het kader van het ondernemingsproject een houding van zelftoetsing en zelfreflectie hanteren.
14.6	Op een zelfstandige manier bronnen consulteren (literatuur, internet, ...).
14.7	Bij het uitwerken van dit project op een optimale manier gebruik maken van ICT.



### **3 Modules van de opleiding**

#### **3.1 Module : Basis Management A1**

##### **3.1.1 Situering van de module**

Hoofddoelstelling is de cursisten een inzicht te bieden in het algemeen management van een onderneming zodat ze de ondernemingscommunicatie kunnen situeren binnen het globale management van een onderneming.

##### **3.1.2 Instapvereisten voor de module**

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

##### **3.1.3 Studieduur**

40 Lt

##### **3.1.4 Basiscompetenties**

<b>Module Basis Management</b>	<b>Code</b>
De cursist kan	
De algemene managementprincipes inzien.	1.1
De manier waarop een bedrijf kan georganiseerd worden kennen.	1.2
Diverse stijlen van leidinggeven kennen	1.3
Stijlen van leidinggeven kunnen toepassen in diverse situaties.	1.4
Mensen kunnen motiveren.	1.5
Diverse stromingen in bedrijfsstrategieën kennen.	1.6
Het verloop van een herstructureringsproces kunnen aangeven.	1.7
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	1.8

#### **3.2 Module : Basis Marketing A2**

##### **3.2.1 Situering van de module**

Hoofddoelstelling is de cursisten een inzicht te bieden in het marketingmanagement van een onderneming zodat ze de ondernemingscommunicatie kunnen situeren binnen het globale marketinggebeuren van een onderneming.

##### **3.2.2 Instapvereisten voor de module**

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

##### **3.2.3 Studieduur**

40 Lt

##### **3.2.4 Basiscompetenties**

<b>Module Basis Marketing</b>	<b>Code</b>
De cursist kan	
Een omgevingsanalyse van een onderneming kunnen ontwikkelen.	2.1
Een beperkt marktonderzoek kunnen uitvoeren.	2.2
Een analyse van een product of een dienst van een onderneming aan de hand	2.3



van de 4 P's kunnen maken.	
Een marketingplan voor een product of een dienst kunnen opstellen. Hoe de prijs van een product tot stand komt, kunnen inzien.	2.4
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	2.5

### 3.3 Module : Basis Financiën A3

#### 3.3.1 Situering van de module

Hoofddoelstelling van dit onderdeel is de cursist een basisinzicht te verschaffen in de voornaamste topics van het financieel management zodat hij/zij enerzijds in staat is financiële informatie te begrijpen en te interpreteren en anderzijds financiële informatie en beslissingen zowel intern in de onderneming als extern kan communiceren.

#### 3.3.2 Instapvereisten voor de module

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

#### 3.3.3 Studieduur

40 Lt

#### 3.3.4 Basiscompetenties

Module Basis Financiën	Code
De cursist kan	
De jaarrekening van een onderneming kunnen lezen.	3.1
De basismethoden van kostprijsberekening en investeringsanalyse in eenvoudige situaties kunnen toepassen..	3.2
De financieringsproblematiek van de onderneming kunnen begrijpen.	3.3
Een jaarrekening van een onderneming d.m.v. kengetallen kunnen analyseren.	3.4
Een globale financiële evaluatie over de onderneming kunnen maken. Een budget kunnen opstellen	3.5
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	3.6

### 3.4 Module : Basis communicatie B1

#### 3.4.1 Situering van de module

Hoofddoelstelling is de cursisten een inzicht te bieden in het algemeen management van een onderneming zodat ze de ondernemingscommunicatie kunnen situeren binnen het globale management van een onderneming.

#### 3.4.2 Instapvereisten voor de module

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

#### 3.4.3 Studieduur

40 Lt



### 3.4.4 *Basiscompetenties*

Module Basis communicatie	Code
De cursist kan	
Communicatie modelmatig schematiseren kunnen toelichten.	4.1
Diverse communicatieaxioma's kunnen uitleggen.	4.2
Een psychologische visie over communicatie kunnen verwoorden en toelichten.	4.3
De impact van psychologische aspecten in communicatie kunnen verwoorden en implementeren.	4.4
Een sociologische visie over communicatie kunnen verwoorden en toelichten.	4.5
De impact van sociologische aspecten in communicatie kunnen verwoorden en implementeren.	4.6

## 3.5 Module : Online communicatie B2

### 3.5.1 *Situering van de module*

Hoofddoelstelling is de cursisten inzicht te bieden in content, social media en conversation strategie.

### 3.5.2 *Instapvereisten voor de module*

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

### 3.5.3 *Studieduur*

40 Lt

### 3.5.4 *Basiscompetenties*

Module Online communicatie	Code
De cursist kan	
Een communicatieprobleem scherp stellen en de essentie zien.	5.1
Doelgericht en met realiteitszin een actieplan ontwikkelen.	5.2
De meest geschikte online communicatiemiddelen selecteren.	5.3
Online communicatiemiddelen effectief en efficiënt inzetten.	5.4
De boodschap aanpassen aan het communicatievermogen van een medium.	5.5
Een boodschap aanpassen aan het vooropgestelde doel.	5.6

## 3.6 Module : Interne communicatie B3

### 3.6.1 *Situering van de module*

Hoofddoelstelling is de cursisten een inzicht te bieden in het management van de interne communicatie van een onderneming zodat ze die kunnen situeren en implementeren binnen het globale communicatiemanagement van een onderneming.

### 3.6.2 *Instapvereisten voor de module*

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

### 3.6.3 *Studieduur*

80 Lt



### 3.6.4 *Basiscompetenties*

<b>Module Interne communicatie</b>	<b>Code</b>
De cursist kan	
De verschillende aspecten van een organisatiecultuur en de implicaties ervan voor de interne communicatie kunnen begrijpen.	6.1
Een interne communicatiestrategie aan de algemene ondernemingsstrategie kunnen linken.	6.2
Een atmosfeer, processen en methodes voor een geïntegreerde interne communicatiestrategie kunnen creëren.	6.3
Informeel communicatiestructuren kunnen gebruiken.	6.4
Hoe interne communicatie werkt binnen een omgeving van continue verandering kunnen begrijpen.	6.5
Een brede waaier van interne communicatie technieken kunnen evalueren.	6.6
De meest geschikte communicatietechnieken voor een specifieke boodschap kunnen identificeren.	6.7
Verskillende vormen van obstructie kunnen onderkennen.	6.8
Veranderingen die zich aandienen kunnen communiceren en implementeren.	6.9
Met weerstanden kunnen omgaan.	6.10
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	6.11

## 3.7 Module : Marketingcommunicatie B4

### 3.7.1 *Situering van de module*

Reclame en promotie plan je niet in het luchtledige. Voor je begint moet je steeds een aantal vragen stellen. Wat wil ik precies bereiken? Welke doelgroep heb ik voor ogen? Uit welke strategieën kan ik kiezen? Welke media kan ik inschakelen? Pas door al deze vragen precies te beantwoorden wordt uw campagne écht efficiënt. Het doel van deze cursus is de logica die een goede marketingcommunicatiecampagne onderbouwt grondig te begrijpen. Hiervoor is het nodig te weten hoe reclame werkt en hoe elke campagne concreet wordt aangepakt. Van de eerste briefing van de klant tot het eindresultaat in pers, radio of TV, alles passeert de revue. Uiteraard staan we hierbij in nauw contact met de wereld van de bureaus. We bespreken enkele campagnes, de manier van werken in een bureau en ronden af met een aantal cases, rechtstreeks geplukt uit de praktijk. e-Marketing is meer dan e-commerce. De nieuwe economie staat nog maar in zijn kinderschoenen, maar wat is dit eigenlijk? Alle bedrijven zullen in de toekomst op de één of andere manier met e-Marketing te maken krijgen. De doelstelling is een volledig inzicht te geven in het gegeven Internet met al zijn aspecten. e-Marketing dient een deel te zijn van de volledige bedrijfsstrategie en niet als een losstaand of uniek deel beschouwd te worden. e-Marketing geeft de mogelijkheid aan bedrijven om sneller, eenvoudiger en efficiënter te communiceren met klanten en leveranciers. Een aantal verschijnselen hierrond zijn de zogenaamde portals en marketplaces. De toekomst zal uitwijzen in welke richting dit zal evolueren. In de cursus zal eveneens toegelicht worden welke de succesfactoren zijn in de nieuwe economie en welke valkuilen vermeden dienen te worden.

### 3.7.2 *Instapvereisten voor de module*

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

### 3.7.3 *Studieduur*

80 Lt



### 3.7.4 **Basiscompetenties**

<b>Module Marketingcommunicatie</b>	<b>Code</b>
De cursist kan	
Marktsegmentatie in functie van een optimaal communicatieplan kunnen toepassen.	7.1
De reclame- en promotiesector in België kunnen situeren.	7.2
Het consumentengedrag bij het uitwerken van een campagne kunnen incalculeren.	7.3
Een reclamecampagne kunnen ontwikkelen.	7.4
De mogelijkheden van het internet op marketingcommunicatie kunnen toepassen.	7.5
Een CRM-systeem kunnen hanteren.	7.6
Een e-marketing communicatieplan kunnen uitwerken.	7.7
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	7.8

## 3.8 Module : Corporate communicatie B5

### 3.8.1 **Situering van de module**

In deze module wordt de externe communicatie belicht die als wezenlijke opdracht heeft de organisatie kenbaar te maken bij de uiteenlopende publieksgroepen of stakeholders, vertrekkend van de waarden die ze belangrijk vindt. Waar het doel van marketingcommunicatie zich vooral situeert op het vlak van de ondersteuning van de output van de organisatie, zal bij corporate communicatie meer de nadruk liggen op het verwerven van een positief imago bij die doelgroepen waar de organisatie een afhankelijkheidsrelatie mee heeft. Dit gebeurt uiteindelijk ook met de bedoeling een beter resultaat te genereren en het voortbestaan van de organisatie te garanderen. In een eerste deel maakt de cursist kennis met de basiselementen van corporate communicatie. Daarna wordt dieper ingegaan op een aantal specifieke communicatietechnieken gericht op de verschillende doelgroepen. Vervolgens krijgt de cursist de mogelijkheid om aan de hand van aangepaste cases de theorie te toetsen aan de praktijk.

### 3.8.2 **Instapvereisten voor de module**

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

### 3.8.3 **Studieduur**

80 Lt

### 3.8.4 **Basiscompetenties**

<b>Module Corporate communicatie</b>	<b>Code</b>
De cursist kan	
De verschillende begrippen kunnen beschrijven en toelichten.	8.1
De verschillende communicatietechnieken kunnen verwoorden en toepassen binnen het communicatieplan.	8.2
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	8.3



### 3.9 Module : Interculturele communicatie B6

#### 3.9.1 Situering van de module

Gezien onze multiculturele samenleving en het intensieve contact met andere culturen is het evident dat specialisten in ondernemingscommunicatie inzicht hebben in interculturele communicatie en efficiënt kunnen communiceren in een multiculturele omgeving.

#### 3.9.2 Instapvereisten voor de module

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

#### 3.9.3 Studieduur

40 Lt

#### 3.9.4 Basiscompetenties

Module Interculturele communicatie	Code
De cursist kan	
Het begrip cultuur kunnen verwoorden.	9.1
De diverse onderdelen van een cultuur kunnen onderscheiden.	9.2
De grote culturen kunnen toelichten. De vuistregels van interculturele communicatie kunnen hanteren.	9.3
De componenten van een organisatiecultuur kunnen verwoorden.	9.4
Aandacht hebben voor de culturele component in communicatie.	9.5
Zich verdraagzaam kunnen opstellen naar andere culturen.	9.6
Zin voor samenwerking met diverse culturen kunnen ontwikkelen.	9.7
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	9.8

### 3.10 Module : Medialandschap B7

#### 3.10.1 Situering van de module

Deze module geeft de cursist een zicht op de diverse media. De kenmerken en het belang van het medium, voor- en nadelen, hoe het medium gebruiken, kostprijs. Cursisten kunnen met deze kennis een gepaste keuze maken uit de diverse media in functie van de communicatiedoelstellingen en doelgroep.

#### 3.10.2 Instapvereisten voor de module

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

#### 3.10.3 Studieduur

80 Lt

#### 3.10.4 Basiscompetenties

Module Medialandschap	Code
De cursist kan	
Een beschrijving van de diverse media met de voor- en nadelen van elk medium kunnen geven.	10.1
Het impact van elk medium kunnen toelichten.	10.2





Een keuze tussen de diverse media in functie van de doelstellingen en de doelgroep van de communicatie kunnen maken.	10.3
Diverse media effectief kunnen gebruiken.	10.4
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	10.5

### 3.11 Module : Communicatievaardigheden C1

#### 3.11.1 Situering van de module

Het spreekt voor zich dat de eigen communicatievaardigheden van de cursisten een cruciale rol spelen in de beroepssituatie van professionelen in ondernemingscommunicatie.

#### 3.11.2 Instapvereisten voor de module

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

#### 3.11.3 Studieduur

120 Lt

#### 3.11.4 Basiscompetenties

Module Communicatievaardigheden	Code
De cursist kan	
Efficiënt kunnen communiceren.	11.1
Actief kunnen luisteren.	11.2
Assertief kunnen communiceren.	11.3
Efficiënt non – verbaal kunnen communiceren.	11.4
Efficiënt kunnen telefoneren.	11.5
Een professioneel verkoopsgesprek kunnen voeren.	11.6
Overtuigende teksten kunnen schrijven.	11.7
Efficiënt kunnen communiceren via e-media.	11.8
Functioneringsgesprekken kunnen voeren.	11.9
Beoordelingsgesprekken kunnen voeren.	11.10
Correctiegesprekken kunnen voeren.	11.11
Slecht-nieuwsgesprekken kunnen voeren.	11.12
Kunnen deelnemen aan brainstorm sessies.	11.13
Brainstorm sessies kunnen leiden.	11.14
Efficiënt kunnen interviewen.	11.15
Kunnen deelnemen aan vergaderingen.	11.16
Vergaderingen kunnen leiden.	11.17



Kunnen onderhandelen.	11.18
Een presentatie kunnen geven.	11.19
Helder leesbare teksten kunnen schrijven.	11.20
Overtuigende teksten kunnen schrijven.	11.21
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	11.22

## 3.12 Module : Professional English C2

### 3.12.1 Situering van de module

Deze module is heel praktisch opgevat. Aspecten van het professionele leven worden door middel van rollenspelen en groepswerk ingeoeffend. Elke oefening combineert drie elementen: activiteiten hebben tot doel bepaalde taaltaken te volbrengen binnen een gedefinieerd veld. De cursus is zo opgebouwd dat vertrekkend vanuit een aantal semantische velden die teruggrijpen naar de belangrijkste modules in de opleiding, een reeks taaltaken via verschillende activiteiten ingeoeffend wordt. Bij alle activiteiten is er bijzondere aandacht voor het interculturele aspect van communiceren en het gebruik van e-media.

### 3.12.2 Instapvereisten voor de module

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

### 3.12.3 Studieduur

80 Lt

### 3.12.4 Basiscompetenties

Module Professional English	Code
De cursist kan	
Zich in een professionele Engelstalige omgeving vlot en accuraat in het Engels kunnen uitdrukken.	12.1
De beschreven taaltaken tijdens de verschillende activiteiten op het Vantage niveau kunnen uitvoeren.	12.2

## 3.13 Module : Digitale vaardigheden C3

### 3.13.1 Situering van de module

De computer is een onmisbaar instrument geworden in het hedendaags bedrijfsleven. Een degelijke communicatie en een goed management is nog zo goed als ondenkbaar wanneer men bepaalde pc-competenties niet in huis heeft. Een basis bestandsbeheer, elektronische presentaties, het gebruik van spreadsheets en databanken, ... Stuk voor stuk worden deze vaardigheden tegenwoordig als vanzelfsprekend beschouwd: we kunnen dat toch allemaal? Of niet ... ?? Bovendien is de huidige informatiemaatschappij de alleenstaande pc ruim overstegen. De slagkracht van (elektronische) media ligt meer dan ooit in netwerking. Het internet is ongetwijfeld het bekendste voorbeeld. Het world-wide-web is zijn kinderschoenen ontgroeid. Een bedrijfswebsite is niet langer enkel een online versie van de company brochure. Het is een van de belangrijkste instrumenten geworden, waarmee men over alle grenzen heen de verschillende belanghebbenden - werknemers, (potentiële) klanten, investeerders ... - kan bereiken en door hen kan bereikt worden. Het is niet alleen onontbeerlijk te kunnen omspringen met de nieuwe technologieën; het is minstens zo belangrijk te begrijpen wat erachter schuil gaat: wat zijn de mogelijkheden? Wat zijn de grenzen?



### **3.13.2 Instapvereisten voor de module**

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

### **3.13.3 Studieduur**

80 Lt

### **3.13.4 Basiscompetenties**

<b>Module Digitale vaardigheden</b>	<b>Code</b>
De cursist kan	
De belangrijkste programma's van MS Office kunnen gebruiken.	13.1
Datawarehousing kunnen definiëren en het verschil met operationele databanken aantonen.	13.2
Verskillende stappen in datawarehousing herkennen.	13.3
Met het internet en haar belangrijkste toepassingen kunnen werken.	13.4
Sterke en zwakke punten in een website kunnen herkennen.	13.5
Een eenvoudige website kunnen concipiëren, implementeren (door middel van html-codering of het gebruik van een zgn. wysiwyg-pakket) en publiceren.	13.6
Een website kunnen opbouwen .	13.7
Een website kunnen implementeren	13.8
Een website kunnen publiceren.	13.9
Een website kunnen marketen.	13.10
Een website kunnen promoten, gebruik makend van verschillende technieken.	13.11
Recente ontwikkelingen kunnen opvolgen.	13.12

## **3.14 Module : Projectwerk E1**

### **3.14.1 Situering van de module**

Het ondernemingsproject wordt gerealiseerd in een onderneming, in teamverband en onder begeleiding van een promotor en copromotor uit de onderneming. Met het ondernemingsproject leveren de cursisten het bewijs dat zij in staat zijn om:

- een probleem, zowel in zijn praktische als theoretische dimensie te vatten;
- de informatie, nodig om dit probleem op te lossen, zelfstandig te vinden en te hanteren;
- de oplossingsmethoden te kiezen, correct te hanteren en zowel keuze als gebruik kunnen verantwoorden;
- de gekozen oplossing aan de realiteit kunnen toetsen;
- het project op een professionele manier kunnen communiceren in een schriftelijk rapport en een mondelinge presentatie voor een jury.

### **3.14.2 Instapvereisten voor de module**

Er zijn geen bijkomende instapvoorwaarden bovenop de algemeen geldende instapvoorwaarden van het decreet van 15 juni 2007 betreffende het volwassenenonderwijs.

**3.14.3 Studieduur**

80 Lt

**3.14.4 Basiscompetenties**

<b>Module Projectwerk</b>	<b>Code</b>
De cursist kan	
Uitgaande van de basiscompetenties van een communicatiedeskundige een communicatieplan opstellen, implementeren, opvolgen en evalueren in een concrete ondernemingssituatie.	14.1
Omgaan met het interdisciplinaire karakter van zo'n project.	14.2
Niet alleen vakkennis toepassen maar ook communicatieve en organisatorische vaardigheden en een juiste werkhouding hanteren (zelfstandigheid, werken in teamverband, creativiteit en aanpassingsvermogen);.	14.3
Een actieve leerhouding hanteren en kennis, vaardigheden en attitudes hanteren om probleemsituaties op te lossen.	14.4
In het kader van het ondernemingsproject een houding van zelftoetsing en zelfreflectie hanteren.	14.5
Op een zelfstandige manier bronnen consulteren (literatuur, internet, ...).	14.6
Bij het uitwerken van dit project op een optimale manier gebruik maken van ICT.	14.7



Gezien om gevoegd te worden bij het besluit van de Vlaamse Regering van .../.../... tot wijziging van de indeling van studiegebieden in opleidingen van het secundair volwassenenonderwijs en van de regelgeving betreffende de studiebekrachtiging, de organisatie van het opleidingsaanbod en de modulaire structuur van het hoger beroepsonderwijs en het secundair volwassenenonderwijs voor de studiegebieden ICT, mechanica-elektriciteit, hout en voeding

Brussel, ...

De minister-president van de Vlaamse Regering,

Geert BOURGEOIS

De Vlaamse minister van Onderwijs,

Hilde CREVITS