

Lectoraatsproducten in Opleiding Communicatie

Dr mr Piet Hein Coebergh MBA is sinds 2012 lector PR & social media, verbonden aan de opleiding communicatie van Hogeschool Leiden. Sinds 2019 maakt hij met andere lectoren van de faculteit Management & Bedrijf deel uit van het kenniscentrum duurzaam organiseren te Hogeschool Leiden. Zijn opdracht is om theorie en praktijk rondom communicatiemanagement te verbinden. Dat doet hij, in samenwerking met communicatiedocenten Dr Victoria Visser, drs Corine Hoppenbrouwers en Sanne Bredeveld MA van Hogeschool Leiden, door onderzoek, publicaties en onderwijs (online colleges en spreekbeurten). Het hoofddoel is dat het onderwijs (docenten en studenten) binnen de faculteit baat heeft bij het verrijken van het lesmateriaal. Daarnaast is het doel dat het beroepenveld en de wetenschap baat hebben bij (de uitkomsten van) het praktijkgericht onderzoek dat het lectoraat en het kenniscentrum realiseren. Hieronder staat een samenvatting van hoe het lectoraat kennis over theorie en praktijk heeft vertaald naar het curriculum van de opleiding communicatie:

1. Coebergh, H.P.Th. (2015). *De communicatieprofessional, Een inleiding tot theorie en praktijk van het beroepenveld*. Groningen: Noordhoff.
2. Coebergh, P.H., Croes, M., Hampden-Turner, C., Hennevanger, P., Oijen, J. van, Trompenaars, F. (2014). *100+ Management Models: How to Understand and Apply the World's Most Powerful Business Tools*. New York: McGraw-Hill.
3. Jaarverslagenonderzoek (jaarlijkse editie), via: <https://www.hsleiden.nl/binaries/content/assets/hsl/lectoraten/pr-en-social-media/jaarverslagenonderzoek2019.pdf>
4. Online hoorcolleges, zie: <https://www.hsleiden.nl/pr-en-social-media/onderwijs/online-colleges/index>
5. Diverse artikelen, publicaties en blogs, zie <https://www.hsleiden.nl/pr-en-social-media/publicaties/index>
6. Nationaal onderzoek Communicatieprofessionals, zie <https://www.hsleiden.nl/pr-en-social-media/onderzoek/nationaal-onderzoek-communicatieprofessionals>

Onderwijsperiode	Toepassing	Lectoraatsproduct
Jaar 1, periode 1: Inleiding communicatie	<p><i>Project:</i> Maak een website (en offline-producten) over beroep communicatieprofessional adhv definities en kennis uit boek De Communicatieprofessional</p> <p><i>Kennisvak:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional • online hoorcollegereeks Inleiding communicatie • opdracht jaarverslagenonderzoek: kies bedrijf uit onderzoek en vul volgtijdelijk kwaliteitsmodel voor dat bedrijf in • diverse aanvullende artikelen, publicaties en blogs 	<p>1</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>5</p>
Jaar 1, periode 2: Marketingcommunicatie	<p><i>Project:</i> Ontwikkel marketingcampagne (strategie en productie van online en offline producten adhv definities en kennis uit boek De Communicatieprofessional</p> <p><i>Kennisvak:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional 	<p>1</p> <p>1</p>

Onderwijsperiode	Toepassing	Lectoraatsproduct
	<ul style="list-style-type: none"> • enkele modellen uit 100+ Managementmodels • online hoorcollegereeks Marketingcommunicatie • diverse aanvullende artikelen, publicaties en blogs 	2 4 5
Jaar 1, periode 3: Interne communicatie	<p><i>Project:</i> Driedaagse snuffelstage, interviews en advies over interne communicatie adhv modellen De Communicatieprofessional en 100+ Management Models</p> <p><i>Kennisvak:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional • enkele modellen uit 100+ Managementmodels • online hoorcollegereeks Interne communicatie • diverse aanvullende artikelen, publicaties en blogs 	1,2 1 2 4 5
Jaar 1, periode 4: Publiekscommunicatie	<p><i>Project:</i> Stakeholderanalyse en communicatiestrategie over maatschappelijk thema adhv modellen De Communicatieprofessional en 100+ Management Models</p> <p><i>Kennisvak:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional • enkele modellen uit 100+ Managementmodels • online hoorcollegereeks PR, publieks- en crisiscommunicatie • diverse aanvullende artikelen, publicaties en blogs 	1,2 1 2 4 5
Jaar 2, periode 1: Evenementenorganisatie	<p><i>Project:</i> Organiseer evenement voor goed doel, obv (o.a.) De Communicatieprofessional</p> <p><i>Kennisvak:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional • online hoorcollege-/kennisclip-reeks Evenementenorganisatie 	1 1 4
Jaar 2, periode 2: Merkpositionering	<p><i>Project:</i> Ontwikkel een merkpositionerings- en implementatiestrategie</p> <p><i>Kennisvak:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional 	1 1
Jaar 2, periode 3: Corporate communicatie	<p><i>Project:</i> Voer een reputatieonderzoek uit en stel reputatieadvies op voor corporate organisatie, met aandacht voor SDG's</p> <p><i>Kennisvak:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional • enkele modellen uit 100+ Managementmodels • online hoorcollegereeks Corporate communicatie • diverse aanvullende artikelen, publicatie en blogs • Jaarverslagenonderzoek 	1 1 2 4 5 3
Jaar 2, periode 4: Ondernemerschap	<p><i>Project:</i> Organiseer jezelf in de vorm van een communicatie(advies-)bureau, werf een mkb-ondernemer als externe opdrachtgever, schrijf een communicatieadvies met SDG-paragraaf en voer daarvan enkele concrete middelen uit</p>	1

Onderwijsperiode	Toepassing	Lectoraatsproduct
	<i>Kennisvak:</i> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional • enkele modellen uit 100+ Managementmodels • online hoorcollegereeks Ondernemerschap • diverse aanvullende artikelen, publicaties en blogs 	1 2 4 5
Jaar 3: Stage	Bedrijfsanalyse (op basis van deskresearch en persoonlijke interviews binnen de organisatie) van stageorganisatie, waarin student op basis van volgtijdelijk kwaliteitsmodel alle aspecten van de organisatie beschrijft en koppelt aan de communicatie (prioriteiten en -vormen) van de organisatie. Onderdeel van de bedrijfsanalyse is ook: <ul style="list-style-type: none"> • beschrijving van organisatiecultuur en -structuur en de planning&controlcyclus aan de hand van modellen uit 100+Managementmodels • online hoorcollegereeks Onderzoek tbv onderzoeksopzet naar een geconstateerd vraagstuk (bedrijfspijn) binnen de stageorganisatie, als voorbereiding op afstudeeronderzoek in jaar 4 • bedrijfsanalyse-opdracht ondersteund met kennisclip/online hoorcollege 	1 2 2 4 4
Jaar 4, periode 1: Big data	<i>Project:</i> Onderzoek (dmv Coosto) een crisis en formuleer daarvoor een woordvoeringsstrategie adhv crisiscommunicatietheorie <i>Kennisvak:</i> <ul style="list-style-type: none"> • diverse hoofdstukken boek De Communicatieprofessional • enkele modellen uit 100+ Managementmodels • online hoorcollegereeks (onderzoek) • diverse aanvullende artikelen, publicaties en blogs 	1, 2 1 2 4 5
Jaar 4, periode 2: Communicatieprofessional	<i>Project:</i> Voer persoonlijke (face-to-face) interviews uit onder communicatieprofessionals als bijdrage aan het nationaal onderzoek <i>Kennisvak:</i> <ul style="list-style-type: none"> • alle modellen uit 100+ Managementmodels • online hoorcollegereeks (strategisch communicatiemanagement) 	6 2 4
Jaar 4, periode 3-4: Afstuderen	Alle gedurende het hele curriculum vergaarde theoretische en methodologische kennis en inzichten, komen samen in de afstudeeropdracht. Daarbij maken studenten intensief gebruik van: <ul style="list-style-type: none"> • De Communicatieprofessional en 100+ Managementmodels. • Online hoorcollegereeks Onderzoek • Online hoorcollegereeks Rapporteren 	1, 2 4 4