

ONTWIKKELGESPREK

onderdeel van de visitatie

Academie	NHL Stenden, Academy Communication and Creative Business
Opleiding(en)	Bachelor Communicatie
Datum visitatie	Dinsdag 21 maart 2023
Datum ontwikkelgesprek	Vrijdag 2 juni 2023
Gespreksdeelnemers (functies)	Persoon A (voorzitter accreditatiepanel) Persoon B (lid accreditatiepanel) Persoon C (teamleider Cluster Communicatie) Persoon D (teamleider Cluster Communicatie) Persoon E (afstudeercoördinator Ba Communicatie) Persoon F (werkgroep Kwaliteitszorg)

Thema ontwikkelgesprek

<p>Thema's ontwikkelgesprek Ba Communicatie</p> <p>Onderwerp 1: eindwerken Het panel van de accreditatie was onder de indruk van de eindwerken. Toch neemt de opleiding waar dat een deel van de studenten worden overvraagd met de aan te leveren stukken. Tevens doet de werkwijze een groot beroep op de docenten / examinatoren in termen van begeleiden en beoordelen. De opleiding wil graag in gesprek met het panel over een werkwijze waarbij de kwaliteit van het afstudeertraject in stand wordt gehouden en tegelijk de efficiëntie en studeerbaarheid omhooggaat.</p> <p>Onderwerp 2: communicatieadviseur van de toekomst Met ontwikkelingen als hyperconcurrentie, permacrisis, artificiële intelligentie en de dwingende roep van het publiek om transparantie verandert het communicatievak snel en daarmee ook de rol van de communicatieadviseur. Welke recente ontwikkelingen in het communicatievak signaleert het panel, wat is de bijbehorende rol van de communicatieadviseur van de toekomst en welke benodigde kennis en vaardigheden vraagt dit van die communicatieadviseur?</p> <p>De panelleden waren te spreken over de timing van het ontwikkelgesprek: niet op de visitatiedag zelf, maar separaat daarvan ingepland. Nu was er meer rust en afstand voor het ontwikkelgesprek.</p>
--

Uitkomsten ontwikkelgesprek

<p>Onderwerp 1: eindwerken</p> <p>De huidige twee eindwerken adviesrapport en stagedossier zijn degelijk en van goede kwaliteit, maar omvangrijk. Dit is bewerkelijk voor zowel de docent als de student. De vraag die een opleiding zich zou</p>

moeten stellen bij het ontwerpen van eindwerken is: is het eindwerk passend bij wat de huidige student straks in de beroepspraktijk als communicatieadviseur zal gaan doen aan activiteiten en zal produceren aan stukken?

Portfolio's worden steeds meer gehanteerd als een verzameling van verschillende beroepsproducten, waardoor er een goede spreiding kan plaatsvinden over de zes LOCO-kwalificaties. Doordat er dagelijks werk wordt opgenomen, worden de portfolio's echter omvangrijk. De uitdaging wordt om niet alleen een verzamelplaats van documenten aan te treffen in het portfolio, maar vooral om door de student genomen beslissingen en gemaakte keuzes expliciet te laten beargumenteren, ondersteund met literatuur. Het werk spreidt zich dan over een aantal beroepsproducten en de zwaarte van een adviesrapport is de opleiding en de student dan kwijt. Binnen de zes LOCO kwalificaties zijn per kwalificatie voorbeelden van onderzoek en vraagstukken binnen dit kerngebied geformuleerd en voorbeelden van beroepsproducten en/of handelingen binnen dit kerngebied. Op deze wijze is de plek van onderzoek per LOCO kwalificatie geborgd. Laat de studenten vervolgens methodisch reflecteren op het gemaakte werk.

Het traditionele communicatieadviesrapport van vraagstuk via analyse naar strategie staat onder druk, de ontwikkelingen gaan steeds sneller bijvoorbeeld in itererende cirkels in plaats van een lineaire lijn. Wil Michels communicatiecanvas geeft dit ook aan. Voorheen zat het communicatieadvies aan de achterkant van een beslissing, maar de communicatieadviseur maakt nu deel uit van het (management-) team dat de beslissing neemt en schuift vanaf het begin aan bij de bestuurstafel. Communicatie maakt daarmee een deel uit van het integrale advies. De communicatieadviseur heeft de ruimte om met andere beleidsmakers uit diverse disciplines de beslissing te nemen, zijn expertise wordt dan al ingezet tijdens het besluitvormingsproces. Dit in tegenstelling tot de traditionele executiemodus waarbij het produceren van communicatiemiddelen centraal staat. Bij deze 'shift' is het tevens zaak om meer focus te leggen op de professional skills, deze worden dan belangrijker.

Op de drie niveaus propedeutische fase, hoofdfase, afstudeerfase kan de opleiding de benodigde skills in indicatoren vervatten om de leerresultaten te bereiken. Hoe neemt de communicatieadviseur een juiste beslissing en is deze een klankbord voor managers in de boardroom? Tezamen met beroepsproducten en een goed beoordelingsformulier levert dit een mooie afronding op.

Het panel zag ook dat studenten veel tijd steken in het portfolio, een alternatief zou kunnen zijn dat er twee of drie keer een gesprek wordt georganiseerd tussen student, stagedocent en stagebegeleider, in plaats van de eenzame exercitie van een portfolio. Beoordeel of de student het goed heeft begrepen. Een eindgesprek over de opleiding kunnen examinatoren afnemen, maar het besluit over de geschiktheid van de student voor het communicatiewerkveld is al eerder genomen. Dat is dan al gezien.

Onderwerp 2: communicatieadviseur van de toekomst

De communicatieprofessional van de toekomst moet kennis hebben van technologie, evenals dat hij kennis heeft van de kerntaken van aanverwante disciplines zoals Marketing, HRM etc. Hij hoeft het zelf niet actief te beheersen. Ook financiële issues moeten kunnen worden gedeut. Technologie is belangrijk, maar daar hoeft niet te veel aandacht voor zijn. De standaardgremia van een organisatie zou de student moeten kunnen duiden. Neem de financiële paragraaf uit een jaarverslag en bekijk hoe je dit kunt communiceren naar stakeholders.

Communicatie zou ook moeten informeren over het publieke domein als geheel, gezondheidscommunicatie zou ook informatie moeten bieden over hoe de zorg is georganiseerd. Studenten krijgen de maatschappelijke context minder automatisch mee. Beursgenoteerde onderneming, MKB, zorg, wat is het voor type organisatie en hoe moet de communicatieprofessional zich daarin manifesteren? De uitdaging voor studenten is pittig, deze moet een goede bagage hebben: wat is de context, de historie, de bron? Opleidingen zouden meer kunnen doen aan 'bildung': het ontwikkelen van denkvaardigheden, persoonlijkheid en karakter, zodat studenten kunnen omgaan met de complexiteit van de huidige wereld en met het onbekende van de toekomstige wereld. Wat vraagt het werkveld wel en levert het onderwijs niet?

Volgens het panel zou *artificial intelligence* een keerpunt kunnen blijken te zijn. Als communicatieadviseur is altijd meedenken in het hele proces belangrijk, past AI bij je doelgroep, bij je strategie? Hoe omarm je AI en weet je wat het doet? De communicatieprofessional wordt steeds belangrijker, maar het handwerk verschuift. AI zal ons werk uit handen kunnen nemen, de tijd die de communicatieprofessional steekt in het traditionele handwerk wordt kleiner. Geef bijvoorbeeld les in het correct formuleren van een AI-prompt, of hoe kan worden vermeden dat er discriminerende teksten uit de AI komen. AI-output moet de student kunnen duiden.

De adviseur van de toekomst is een verbinder, die zijn persoonlijke adviesvaardigheden beheerst: hoe vraag je? Hoe luister je? Hoe bouw je een netwerk op? Er is al veel technologie omarmd. Word er niet bang van: de adviseur zal sturend blijken te zijn.