**OnderwijsAdviesRaad Communicatie+Creative Business**

Verslag inspiratieontbijt 3 maart 2020

**Aanwezig**: Eric Ariëns, Gijs de Bruijn, Yvonne Campfens, José Otte, Léonie Oude Elferink

**CB+CO**: Stéphanie Beckers, Eelco Brancart, Sander Hartog, Jord Schaap, Lotte Wijers

**Support**: Patricia Heij, Bas Naber

1. **Update herijking onderwijs CO+CB**

Korte presentatie door Jord en Stéphanie. Beoogde start van de vernieuwde opleidingen september 2021. Tot die tijd onderwijs ontwikkelen, organisatie aanpassen (september ’20), docenten scholen.

*OAR: wordt voor werkgevers duidelijk wat een CO- of CB-student kan, ook omdat ‘competenties’ wordt vervangen door ‘leerresultaten’ en ‘eindkwalificaties’?* Daar letten we zeker op. Landelijk is de onderwijskundige trend naar steeds generiekere beschrijvingen van kennis, vaardigheden, houding en gedrag. Het portfolio dat studenten moeten bijhouden en opleveren is ook bedoeld voor bewijs aan externen. Daarom ook organiseren we veel meer begeleiding van studenten bij hun talentontwikkeling.

*Wat is straks de toegevoegde waarde van het onderscheid tussen CO en CB*? Het positioneringsdocument ‘Een verhaal met twee helden’ geeft daar antwoord op. Duidelijk is ook dat het gebied tussen de uitersten ‘specifiek CO’ en ‘specifiek CB’ steeds belangrijker en groter wordt.

1. **Beroepsvraagstukken voor de vernieuwde opleiding**

Korte toelichting op de impactgebieden.

*Reactie OAR*: de keuze voor Verhalen is stoer, van deze tijd. Knap om de hele markt in 6 gebieden te vangen en goed om het doel (de impact) voorop te stellen. De focus op middelen is inderdaad uit de tijd; zelfs het begrip ‘digitale mediastrategie’ is nu al achterhaald. Ook mooi in de onderwijsvernieuwing is dat jullie de studenten hun eigen vuurtje laten vinden, vanaf de start en meer nog na die gemeenschappelijke basis in jaar 1. Dat nodigt hen uit om hun drive te vinden en daarmee competenties te verwerven.

Echter, de consequente doorvoering van de beginletter V voor elk impactgebied is niet helemaal overtuigend. Daardoor verlies je onderscheidend vermogen en zijn ongelijksoortige aanduidingen ontstaan; vooral ‘wereldverbeteraars’ wijkt af. Belangrijk is ook om voor elk impactgebied de specifieke kennis, vaardigheden, houding en gedrag erbij te noemen, want ook het vakmanschap moet duidelijk zijn.

CO+CB: goed om daar nog eens kritisch naar te kijken. Overigens zorgen de combinaties van de impactgebieden in de leerroutes die studenten kunnen kiezen, voor een overtuigend geheel. LOTTE/JORD: volgens mij een ‘non sequitur’.

*Vragen aan de OAR:*

* 1. Wat zijn voor elk van de 6 impactgebieden de meest relevante beroepsvraagstukken?
  2. Wat is vanuit het veld de vraag bij elk beroepsvraagstuk?
  3. Wat moeten studenten dus weten en kunnen (competenties) om die vraagstukken op te lossen?

*OAR:*Algemeen: een beroepsvraagstuk kan micro of macro zijn. Niet helemaal duidelijk is het antwoord op de vraag “maar wie maakt het dan?”. CO+CB in elk impactgebied wordt óók gemaakt, naast kennis van en vaardigheid in strategie en onderzoek/reflectie.

Per impactgebied:

* Wereldverbeteraars: verbinden collectieve en individuele belangen; menselijke gedragsverandering begrijpen. Geld verdienen én tegelijk de wereld verbeteren.
* Vernieuwers: waarom apart? Vernieuwen geldt voor elke impactgebied. Is een bepaald type mens: kun je dat leren? CO+CB: Wij willen ze daar verzamelen. En kiezen voor ‘opwaardering’ tot verdiepend specialisme. Wel in combinatie met nieuwste technieken, zoals dataverzameling bijvoorbeeld. Deelnemende studenten testen op nieuwsgierigheid.
* Verleiders&Vermarkters: geen makers, maar wel persberichten maken, reclamejongens, briefings maken, productie met als doel vermarkten. Wat werkt en wat niet. Je moet altijd waarmaken wat je zegt, vergelijk de controle via social media.
* Verbinders&veranderaars: denk aan bijv. energietransitie, kennis van co-creatie, het hoe van veranderen. Dit zijn de consultants. Mensen meenemen in veranderingen.
* Verdieners&ondernemers: hier moet het ‘doen de boventoon voeren, anders ontstaat mogelijk verwarring. Waarde creëren, daarmee de klant bereiken, en dus een verdienmodel hebben, anders kom je er niet. Hier kun je ‘het verhaal’ benutten voor het onderscheid met gewone ondernemers.
* Vermakers&verbeelders: dual mindset aanleren: focus & plannen en tegelijk creatief & flexibel. Aanpassen én leveren. ‘Vermaken’ als entertainment is te plat. Verbeelden is beter. Oorspronkelijkheid is belangrijke waarde.

CO+CB: we komen hier na de resultaten van de ontwikkelgroepen weer bij jullie op terug.

We sturen de volgende versie van de impactgebieden en ook de concept-eindkwalificaties, en vragen dan jullie input.

1. **Associate Degree Smart Media Production**

Korte toelichting door Sander.

*Vraag aan de OAR*: bestudeer s.v.p. de eerder gemailde 2-pager en geef ons een reactie op [s.hartog@hva.nl](mailto:s.hartog@hva.nl). In het bijzonder Eric en Gijs vanwege hun werkgebied.

1. **Evenement eind van het jaar: OUTBURST**

Op vrijdag 3 juli is de CO+CB-dag met afstudeerwerk van studenten, diploma-uitreiking en een netwerkevent.

Vraag aan de OAR: welke rol zouden jullie willen innemen en welke behoefte is er aan netwerken?

*OAR*: aan de hand van het afstudeerwerk praten met studenten, of bijvoorbeeld speeddaten. Andere suggesties zijn welkom op: [l.wijers@hva.nl](mailto:l.wijers@hva.nl)