



ROTTERDAM ACADEMY
ASSOCIATE DEGREES

Welkom bij CMC

AD Crossmediale Communicatie

Online voorlichting Voltijd



Programma



Associate Degree



CMC is ...



Vakken & Rooster



Stage, Afstuderen en dan...



Praktisch



HOGESCHOOL ROTTERDAM

HOGESCHOOL ROTTERDAM

**Associate degree bij de
Rotterdam Academy**

Wat is een associate degree?

Mbo (niveau 4)

Praktijkgericht onderwijs met veel begeleiding.

Ad (niveau 5)

Theorie in de praktijk toepassen, meer zelfstandig dan mbo, meer begeleiding dan bachelor

Bachelor (niveau 6)

Veel theorie en veel zelfstandigheid

- 2-jarige HBO-opleiding
- Praktijkgericht
- We leiden op tot werk
- Niveau 5
- Erkend diploma
- Doorstroom naar 3e jaar Bachelor
Communicatie of Commerciële Economie

Kenmerken van onze studenten

- Praktisch
- Theorie toepassen in de praktijk
- Na de opleiding aan het werk
- Behoefte aan begeleiding



Waar leiden we je voor op?

Creatieve communicatieprofessionals die nieuwsgierig en flexibel zijn en die inspelen op trends in de communicatiebranche om zo crossmediale content te creëren.





CMC is...

actieve lessen volgen



CMC is...

projecten uitvoeren

A group of seven diverse young adults are posing for a photo in an indoor setting. In the background, a large, decorated Christmas tree with gold and blue ornaments stands next to a modern staircase with wooden steps and glass railings. The group consists of four men and three women, all smiling at the camera. One man on the far left is giving a thumbs-up. A woman in the center is holding a smartphone. Two women on the right are holding colorful brochures or pamphlets. The overall atmosphere is festive and collaborative.

CMC is...

samenwerken

CMC is...



gastlessen krijgen

CMC is...



CMC is...



Stichting Jarige Job

7.804 volgers

1 j • Bewerkt •

+ Volgen ...

Ben jij op zoek naar een gaaf evenement de komende maanden? Ga dan naar één of meerdere events die de studenten van [Hogeschool Rotterdam](#) organiseren! ❤️

Een leuke kerstmarkt of -borrel, een gezellige pubquiz, een disco met je vrienden of waan jezelf even terug in de jaren 70 in een speciale movienight! 🍷

De opbrengst van al deze evenementen komt ten goede aan Jarige Job! Hoe tof is dat?

Wij willen alle studenten hartelijk bedanken voor hun inzet en succes wensen met de laatste loodjes bij het realiseren van de events!

Ben jij benieuwd naar de events? Neem een kijkje op <https://lnkd.in/e6c6CJAf>



#evenementen #stichtingjarigejob #hogeschoolrotterdam

#iederkindverdieneenverjaardag #kominactie #maakhetverschil #rotterdam

#events



een event organiseren





CMC is...

Onze studenten van Crossmediale
Communicatie verblijven tijdens hun
studiereis in Budapest en bezochten
een selfie museum.

Het ziet er in ieder
geval gezellig uit

Welcome to
POSITIVE ADAMSKY
BUDAPEST
X
ROTTERDAM



#praktijkweek

#rotterdamacademy

op studiereis gaan

#studiereis



A group of graduates, mostly women, are walking along a metal walkway in a large stadium. They are wearing black graduation caps and blue stoles. The woman in the foreground is wearing a green dress and a blue and black striped stole. The background shows rows of blue stadium seats and a red banner that reads "WILLEM VAN HANEGEM TRIBUNE".

CMC is...

binnen 2 jaar je diploma halen



HOGESCHOOL ROTTERDAM

HOGESCHOOL ROTTERDAM

Vakken en rooster

Vier beroepsproducten staan centraal

Jaar 1

Semester 1: CAMPAGNE

voor opdrachtgevers campagnes uitvoeren

Semester 2: CONTENT

mediamagazinemark opzetten

Jaar 2

Semester 3: EVENT

event organiseren, opbrengst naar een goed doel

Semester 4: CROSSMEDIAAL

afstuderen; adviesrapport
communicatieprobleem



Welke vakken krijg je nog meer?



60 studiepunten per jaar – 40 uur studielast per week

Beroepsproduct Campagne

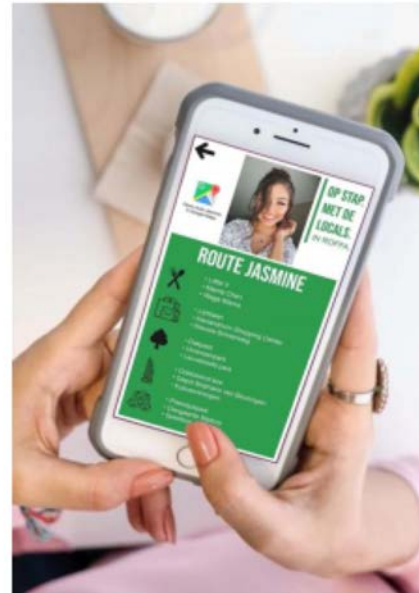
ROFFA. Op stap met de locals

Campagne om Nederlandse toeristen naar Rotterdam te trekken.

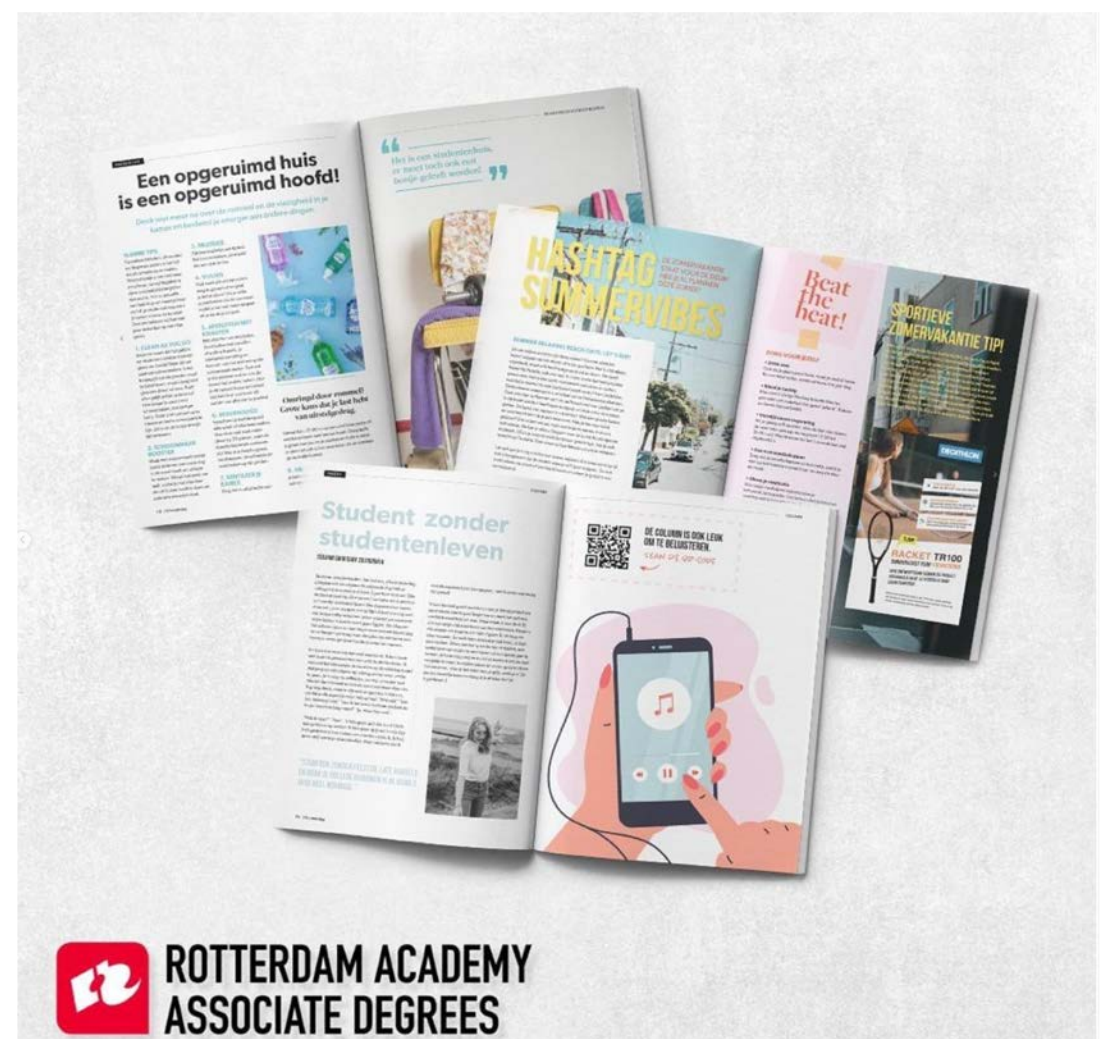
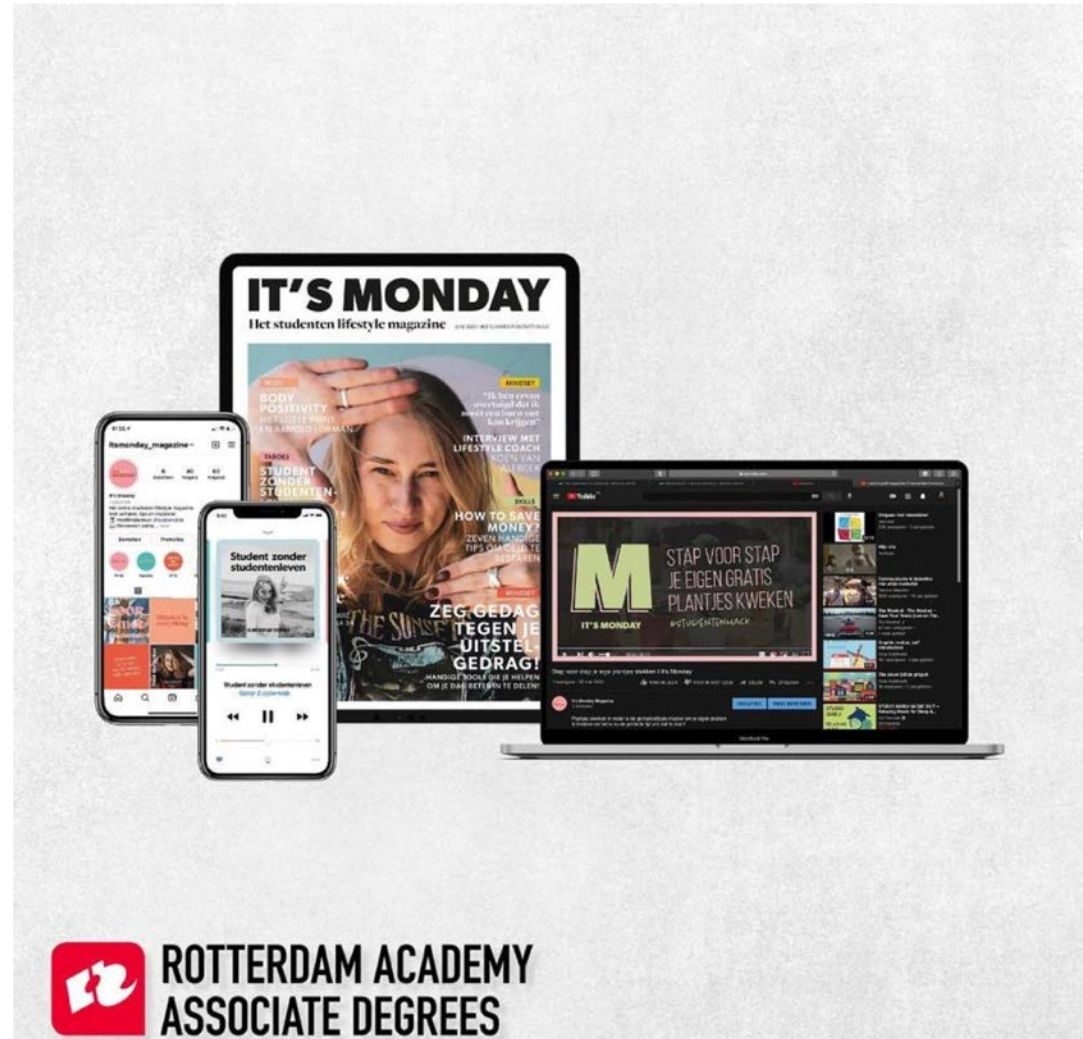
Poster in andere stad:



De applicatie: ROFFA. OP STAP MET DE LOCALS.



Beroepsproduct Content



THEORIE



Inleiding communicatie
Mediaplanning
Contentstrategie
Online marketing
Mediapsychologie

PORTFOLIO TEKST



Nederlands – Engels
Storytelling
Copywriting
Journalistiek
Commercieel schrijven
Rapporteren

PORTFOLIO BEELD

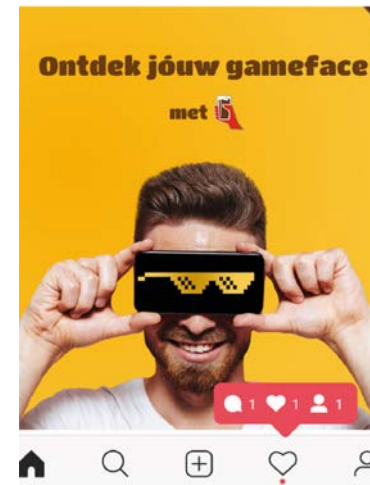
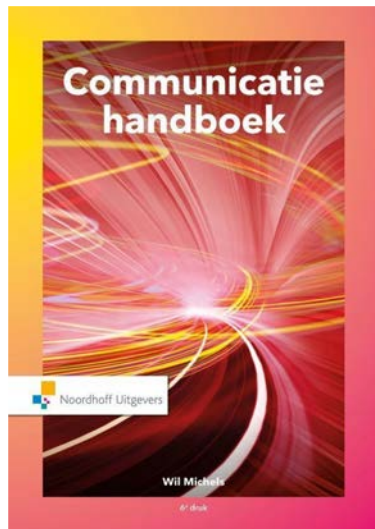


Indesign
Photoshop
Illustrator
Premiere
Verschillende middelen
maken

PORTFOLIO ONLINE MARKETING



Facebook
Adverteren
SEA – SEO
Website
Contentkalender



Portfolio Beeld



POSTER SCHETSEN



Portfolio Tekst



INTERVIEW

ELI'S DREAM
is werk

Door Denise Meerdink

Eli Weisz is str
Hierna wil hij
hij samen me

We weten d
maar heb je
len volgen

Dat is mo
ik heel v
daar ku
Eigenli
zien h
het j
ande
mo
wil

Recensie film 'Bad Boys for Life'

Avontuurlijke oudjes

Waar Michael Bay in 1995 bekend werd met de 'Bad boys' actiekomedies, weten de Belgische Billal Fallah en Adil El Arbi in 2020 de term 'bad boys' nieuw leven in te blazen. Ook deze keer gaat de film in samenwerking met acteurs Will Smith en Martin Lawrence.

'Bad boys for life' is een vervolg op de eerdere genoemde films. In vergelijking met de andere geregisseerde film 'Black' van de Belgische vrienden, schiet je niets te kort met deze moderne actiefilm. Er is meer budget wat zorgt voor meer actie.

De film gaat samen met een nostalgische knipoog. In de openingsscene scheuren detectives Mike en Marcus zoals vanouds nog steeds in hun glimmende Porsche en giert het testosteron door hun aderen. Maar je merkt dat de detectives niet meer jong zijn vanwege hun toekomstplannen. Als er dan toch een moordzuchtige weduwe ontsnapt die zint op wraak, komen de twee weer in actie.

Gedurende de film wordt het geweld in balans gebracht met de humor van de detectives. De spectaculaire shots en moderne special effecten zorgen ervoor dat het lijkt alsof de twee nooit van het doek zijn weg geweest. Ook deze keer weten Will Smith en Martin Lawrence de personages weer goed te vertolken en hebben de regisseurs een film van prima kwaliteit weten te leveren zonder af te wijken van het origineel.

Aantal woorden inclusief titel: 224 woorden



Wat een knalfluif

Vanuit de gang hoor ik mijn familie al luid schaterlachen. Een interdijske flauwe grap van ome Willem. Althans dat denk ik. Het zoveelste 'in de kring zitten' ritueel. Ik ben er alleen af waarom. Bij het openen van de deur is het schudden is het

REPORTAGE
GOED VOORBEREID OP DE TOEKOMST? ROBOTS IN DE KLAS
DAARBIJ

Interactive Robotics
Robotica is een woord dat je tegenwoordig veel hoort. Robots in de klas, daar kijken we nog wel van op. Want hoe werkt dat precies? Bij Interactive Robotics in Delft is Joachim de Greeff de algemeen directeur van het bedrijf.

In het gebouw, waar Interactive Robotics gevestigd is, zijn meerdere bedrijven aanwezig die zich bezig houden met robotica. Het was een lange gang met allerlei 'lokalen'. Een van die lokalen was Interactive Robotics, waar we een afspraak hadden met Joachim. Niet één, maar wel vier robots stonden daar. Eéntje heel zelig met een kapot armpje dat in tape was gewikkeld, het was een bijzonder gezicht.

"Het hele idee dat robots de wereld gaan overnemen, zie ik niet zo snel gebeuren"



Joachim legt het belang en de voordelen van een robot in de klas uit
Beeld Denise Meerdink

"Kinderen vinden het eigenlijk altijd heel erg leuk, het is gewoon een grappig mannetje. Ze vinden het leuk om hem te zien dansen", vertelt hij.



Portfolio Online Marketing

FACEBOOK

ONDERZOEKSPROBLEEM

Ik vraag mij af of de visuele aantrekkelijkheid van een Facebook-advertentie daadwerkelijk verband heeft met het aantal websitebezoeken van mijn portfolio website. Uit mijn online vooronderzoek blijkt, dat een carroussel aantrekkelijker is dan een 'normale' afbeelding. Ik wil erachter komen of dit daadwerkelijk het geval is voor mijn specifieke Facebookadvertentie.

Hypothese: De Facebook-advertentie, met vier afbeeldingen in een carroussel plus bijschrift, is aantrekkelijker dan de Facebook-advertentie waar de afbeeldingen, niet in een carroussel zijn geplaatst, maar bij elkaar staan als één afbeelding.

METHODE

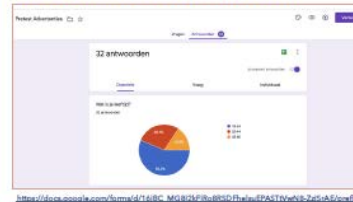
Ik heb een Google Forms formulier verstuurd naar 20 personen die representatief zijn voor mijn doelgroep (ondernemers/mensen uit het bedrijfsleven/eigenaren kleine bedrijven) en een aantal mensen die veel verstand hebben van adverteren (ondernemers/marketeers/grafisch ontwerpers/studenten communicatie). Door deze mix van personen krijg ik een goed beeld van de voorkeur van mijn doelgroep en de mening van professionals.

De eerste twee vragen zijn om de twee respondent groepen van elkaar te onderscheiden, namelijk: 'Wat is je leeftijd?' en 'Wat is jouw functie/studierichting?'. Ik heb er bewust voor gekozen de respondent met je en jouw aan te spreken, gezien ik dat op mijn website en in mijn advertentie teksten ook doe.

OV: Het enige wat verandert in de Facebook-advertentie is de manier waarop de afbeeldingen worden gepresenteerd (lay-out). Bij de ene is dit in carrouselvorm en bij de andere worden de vier stappen in 1 afbeelding weergegeven. Hierbij verandert ook het bijschrift, van de vier stappen los beschreven, naar 1 algemene titel.

AV: De voorkeur van de 'ontvanger' voor één van de advertenties (deze wordt beïnvloed door de OV).

Hieronder het bewijs dat mijn Google Forms formulier is ingevuld door minimaal 20 respondenten.



Vervolgens laat ik de respondent twee afbeeldingen zien. Afbeelding 1 is een Facebook advertentie met 1 afbeelding waarop de 4 stappen te zien zijn en afbeelding 2 is een Facebook advertentie met de vier afbeeldingen met bijbehorende stappen in een carroussel. Ik laat de respondent kiezen tussen deze afbeeldingen met de vraag: 'Welke Facebook advertentie heeft jouw voorkeur?'

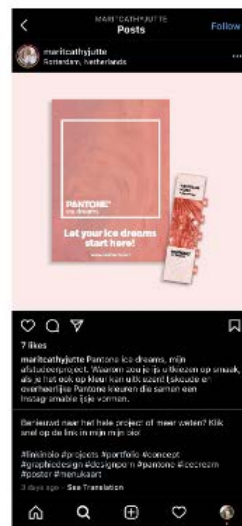
Als laatste vind ik het interessant om te weten waarom ze voor die Facebookadvertentie hebben gekozen. Hieruit kan ik zien of ze dit kiezen door de manier waarop de afbeeldingen zijn weergegeven (carroussel of niet) of dat dit een andere reden heeft.



Advertentie 1



Advertentie 2



ONLINE COMMUNICATIE INSTAGRAM

Kernboodschap

Op Instagram zal ik een persoonlijkere band opbouwen met mijn doelgroep en volgers. Hier leent Instagram zich perfect voor, gezien het een platform is waar beelden spreken en de interactie hoog ligt. Het zal iets laagdrempeliger zijn dan mijn website en LinkedIn account. Mijn Instagram account is een verlenging zijn van mijn website, gezien het onderwerpen belicht die ik daar niet bespreek, maar wel op elkaar aansluiten. Zo geef ik op mijn Instagram account een uniek kijkje in mijn leven, kom je meer over mij als persoon te weten, deel ik mijn inspiratie bronnen en geef ik een kijkje achter de schermen. De foto's hebben een stijl die goed aansluit bij de website. Op mijn Instagram zal ik namelijk verwijzen naar mijn website, gezien dit het hoofdmedium is met de meeste informatie.

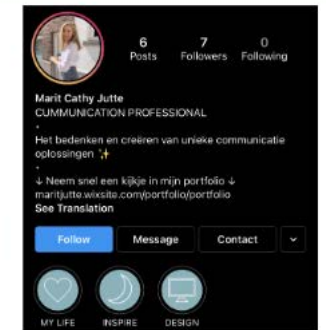
Doel

Het doel van mijn Instagram account is het opbouwen van een persoonlijke band met mijn volgers en het vergroten van mijn naamsbekendheid onder een relevante doelgroep. Dit is goed te meten aan de hand van de mensen die mij volgen en mijn posts liken. Ik wil dus relevante volgers en veel interactie op posts genereren. Mijn voorlopige doel is het genereren van 100 relevante volgers en een gemiddelde van 150 likes op mijn posts, binnen 4 maanden.

Na 3 dagen actief te zijn op mijn Instagram account ben ik al in contact gekomen met de beheerder van een fotografie account, die tevens een eigen bedrijf heeft in website ontwikkeling, grafische vormgeving en fotografie. Erg leuk om met andere professionals in gesprek te zijn.

Trends in bio

Het eerste wat ik heb gedaan is het schrijven van een biografie. Hierbij heb ik rekening gehouden met de trends van 2020 en gekeken welke het beste passen bij mij en mijn boodschap. Ten eerste wilde ik dat er in 1 oogopslag duidelijk is, wie ik ben en wat ik doe. Mijn bio begint dan ook met 'Marit Cathy Jutte' en 'Communication professional'. Daarna is te lezen wat ik doe en voeg ik een call to action toe, namelijk 'neem snel een kijkje in mijn portfolio' met de link naar mijn portfolio op mijn website. Ook heb ik gebruik gemaakt van emoji's om mijn bio een gemoedelijke uitstraling te geven. Erg belangrijk is de toevoeging van de 'contact' button.



Link:
<https://www.instagram.com/maritchathyjutte/>

Voorbeeldrooster jaar 1

Week 45	ma	di	wo	do	vr	za
	6	7	8	9	10	11
8:00						
9:00	Beroepsproduct Camp... 8:30 – 11:20 MP.H02.023				Studieloopbaancoachi... 8:30 – 10:10 MP.H06.029	
10:00		Comm&Mediaplanning 9:20 – 11:20 MP.H01.038			Zanten van, M.	
11:00	Contreras Calvelo, M.	Smit, J.A.			Portfolio Campagne Te... 10:30 – 12:10 MP.H06.029	
12:00	Portfolio Campagne O... 11:20 – 13:00 MP.H02.023				Jong de, O.	
13:00	Swinkels, G.	Onderzoek en overtuig... 12:10 – 13:50 MP.H01.038				
14:00	Basis Engels 13:00 – 13:50 MP.H02.023	Coumans, C.			Portfolio Campagne Be... 13:00 – 15:50 MP.H03.034	
15:00		Prof.Vaardigheden 1 13:50 – 15:50 MP.P02.022				
16:00		Baal, D.			Dijkshoorn, E.	
17:00						

Vakken jaar 1

- Beroepsproduct
- Theorie
- Portfolio Beeld
- Portfolio Tekst
- Portfolio Online Marketing
- Professionele vaardigheden
- Studieloopbaancoaching
- Basis Engels
- Basis Nederlands
- Praktijkweek
- Keuzevak



HOGESCHOOL ROTTERDAM

HOGESCHOOL ROTTERDAM

Stage en Afstuderen

Waar stage lopen?

- Reclamebureaus
- Communicatiebureaus
- MKB-bedrijven
- Gemeenten
- Zorginstellingen
- Onderwijs
- Omroepen
- Uitgeverijen
- ...



Afstuderen: Beroepsproduct Crossmediaal

- Je loopt stage én
- Je gaat een communicatieprobleem oplossen.
- Deze oplossing is crossmediaal, praktisch en creatief.
- Je onderbouwt je oplossing met onderzoek.
- Je maakt dit beroepsproduct individueel.

Afstuderen	
*Afstuderen bij CMC doe je bij een bedrijf. Het afstuderen bestaat uit de vakken 'Stage' en 'Beroepsproduct Crossmediaal'. * Je krijgt een afstudeerbegeleider vanuit school toegewezen die beide vakken begeleid.	
Stage	Beroepsproduct Crossmediaal
*Meewerken binnen een organisatie in een communicatiefunctie. *Stageverslag over de werkzaamheden die je hebt uitgevoerd.	* Uitvoeren van een individuele opdracht over een communicatievraagstuk van de organisatie. Student en organisatie bepalen samen de opdracht. * Met de individuele opdracht moeten alle 6 de competenties worden aangetoond.

En dan werken...



Verschillende branches en functies



Tessa Beeke

**Medewerker Communicatie –
Veiligheidsregio Zuid-Holland
Zuid**



June van Noordennen

**Adviseur Communicatie
Stadsontwikkeling – Gemeente
Rotterdam**



Nabil Bekri

Copywriter – Sky10



Muriël Baars

**Campagne manager –
PrintAbout**



... of doorstuderen.

Je kunt na deze opleiding doorstuderen bij deze opleidingen van de Hogeschool Rotterdam:

- Bachelor Communicatie
- Bachelor Commerciële Economie (Career Academy)



Praktisch



Aanmelden: vóór 1 mei 2024 via Studielink

Studiekeuzecheck: verplicht vóór de start van je opleiding (digitaal)

Toelatingseis: diploma MBO4, HAVO, VWO of 21+toets behaald

Studiefinanciering + OV aanvragen:

www.duo.nl/particulier/studiefinanciering/

Welke kosten maak je?

- **Verplichte boeken:** +/- 100 euro
- **Adobepakket:** 132,50 euro per jaar
- **Laptop:** zwaar genoeg voor het Adobepakket
- **Studiereis jaar 2:** +/- 500 euro voor buitenlandreis





**Sfeer proeven,
in gesprek gaan
met studenten
en gemaakt werk
bekijken?**

**Kom naar onze Open Avond
14 December van 16:00–19:00 uur**