



Kenniscentrum GOC

Kwalificatiedossier

Mediamanagement

'Versie voor experimenteerregeling 2005-2006'

Status: concept

Dit kwalificatiedossier is opgesteld op basis van de formats en handleidingen, zoals deze bekend waren op 1 juni 2004. Dit kwalificatiedossier is ontwikkeld onder de verantwoordelijkheid van de paritaire commissie beroepsonderwijs bedrijfsleven van Kenniscentrum GOC. Het bestuur van Kenniscentrum GOC heeft op (*datum invullen*) de goedkeuring van het ministerie van OCW ontvangen.

De delen 1 en 2 geven de kern en de nadere uitwerking van het kwalificatieprofiel weer evenals het bijbehorende verantwoordingsdocument, waarin de keuzes van de paritaire commissie beroepsonderwijs en bedrijfsleven zijn toegelicht en verantwoord.

In deel 3 zijn de onderliggende brondocumenten opgenomen.

Inhoudsopgave

DEEL 1 DE DOOR HET MINISTERIE VAN OCW/LNV VAST TE STELLEN KERN VAN HET KWALIFICATIEPROFIEL.....	3
1 Algemene informatie.....	3
2 Specifieke informatie	4
3 Kerntaken	6
4 Kernopgaven	7
5 Competentiematrix	8
DEEL 2 DE DOOR HET BESTUUR VAN HET KENNISCENTRUM OP ADVIES VAN DE PARITAIRE COMMISSIE BEROEPSONDERWIJS BEDRIJFSLEVEN VAST TE STELLEN NADERE UITWERKING	9
6 Verrijkte kerntaken van het totale kwalificatieprofiel	9
7 Eventuele kernopgaven behorend bij een uitstroomdifferentiatie	12
8 Beroepscompetenties met beheersingscriteria.....	13
9 Opbouw kwalificatieprofiel.....	21
9.1 Kern.....	21
9.2 Uitstroomdifferentiaties	21
10 Certificeerbare eenheden	23
11 Competentiematrix	24
12 Verantwoordingsdocument.....	26
12.1 De onderliggende beroepscompetentieprofielen.....	26
12.2 Naam en structuur van het kwalificatieprofiel	27
12.2.1 De kern van het kwalificatieprofiel.....	27
12.2.2 De beschrijving van eventuele uitstroomdifferentiaties.....	27
12.2.3 De aanwijzing van eventuele certificeerbare eenheden	28
12.3 Van beroepscompetentieprofiel(en) naar kwalificatieprofiel.....	29
12.4 Leer- en burgerschapscompetenties	31
12.5 Borging van de kwaliteit van examinering	48
12.6 Doorstroomrechten.....	48
12.7 Het proces van totstandkoming van het Kwalificatiedossier	49
DEEL 3 BRONDOCUMENTEN.....	51

Er bestaat in het Nederlands een dilemma als het gaat over het gebruik van woorden die als mannelijk en vrouwelijk geïnterpreteerd kunnen worden. We zouden consequent kunnen werken met 'hij/zij' en 'zijn/haar', maar dat geeft een gedwongenheid die wij stilistisch niet verantwoord vinden. De personen die in dit stuk de handelingen verrichten of beschreven worden, kunnen in onze optiek net zo goed mannen zijn als vrouwen.

DEEL 1 DE DOOR HET MINISTERIE VAN OCW/LNV VAST TE STELLEN KERN VAN HET KWALIFICATIEPROFIEL

Kwalificatieprofiel Mediamanagement		
1. Algemene informatie	datum: 11 mei 2005	versie: 5
Onder regie van kenniscentrum	Kenniscentrum GOC	
Ontwikkeld door	Onderwijsontwikkelaars van Kenniscentrum GOC met medewerking van deskundigen uit bedrijfsleven en beroepsonderwijs	
Brondocumenten	<p>Onderliggende beroepscompetentieprofielen</p> <ul style="list-style-type: none"> - BCP Multimedia Publisher, november 2002 - BCP Manager Nieuwe Media, november 2002 - BCP Grafisch Manager, 31 januari 2003 <p>Leer- en burgerschapscompetenties, de methodiek van schering & inslag, 14 juli 2004</p> <p>Referentiedocument Talen, oktober 2004</p>	
Verantwoording door/op	<p>Paritaire commissie beroepsonderwijs bedrijfsleven van Kenniscentrum GOC d.d. 18 april 2005</p> <p>Bestuur van Kenniscentrum GOC d.d. 31 mei 2005</p>	

2. Specifieke informatie	
<p>Korte typering van het kwalificatieprofiel</p>	<p>De medewerker Mediamanagement werkt vaak bij bedrijven als communicatiebureaus, reclamebureaus, gespecialiseerde ontwerpbureaus en vormgeefstudio's, webdesignbureaus, multimediabedrijven, audiovisuele bedrijven, uitgeverijen en drukkerijen. Hij kan ook werkzaam zijn bij bedrijven met een aparte afdeling voor vormgeving, realisatie en/of vermarkten van media-uitingen.</p> <p>De medewerker Mediamanagement is verantwoordelijk voor het bevorderen van de omzet van media-uitingen/-productgroepen. Hij leidt mediaprojecten/de mediaproductie. Het managen van content¹ gebeurt op steeds grotere schaal. De medewerker Mediamanagement is op dit terrein vooral overall verantwoordelijk.</p> <p>De inhoud van het werk van de medewerker Mediamanagement kan per bedrijf verschillende accenten hebben, afhankelijk van de taakverdeling. In kleine bedrijven is de taakverdeling veel breder dan in grote bedrijven. In sommige bedrijven zal een medewerker Mediamanagement met name te maken krijgen met commerciële/verkooptaken, waar in andere bedrijven de medewerker Mediamanagement vooral bezig is met de leiding van projecten/de productie. Het managen van content is in steeds meer bedrijven een issue. Hierbij gaat het om zaken als: hoe levert de klant content aan, welke content gaat in de database, hoe ziet de database er uit met het oog op gebruik en hergebruik voor alle soorten media.</p>
<p>Kwalificatiestructuur</p>	<p>Dit kwalificatieprofiel is onderdeel van de competentiegerichte kwalificatiestructuur voor de Mediabranche. Voor de mediaproductie en -dienstverlening kunnen drie werkterreinen worden onderscheiden die complementair zijn: vormgeving, techniek en organisatie. Het kwalificatieprofiel Mediamanagement omvat het werkterrein organisatie.</p>
<p>Typering van de kwalificatie</p>	<p> <input type="checkbox"/> assistent <input type="checkbox"/> vakman <input checked="" type="checkbox"/> middenkader functionaris, niveau 4 </p> <p>De meest voor de hand liggende instroom naar dit kwalificatieprofiel is vanuit VMBO theoretische of gemengde leerweg. Doorstroom is mogelijk vanuit MBO Printmedia niveau 3. Voor doorstroom naar het HBO sluit Technische Bedrijfskunde bij Avans Hogeschool (voorheen Hogeschool Brabant) nauw aan met o.a. de opleiding Grafisch Management.</p>

¹ Content: de inhoud van de media-uiting

Uitstroomdifferentiaties	<ul style="list-style-type: none"> - Media Intermediair - Mediaproductie Management - Mediacontent Management
Vrije ruimte	De inhoud van de vrije ruimte wordt vastgesteld en onderhouden door het bevoegd gezag van de onderwijsinstelling.
Examinering	<p>De onderwijsinstellingen bieden via de bedrijfstakgroepen (BTG's) van de Bve Raad de paritaire commissie inzicht in de wijze waarop de examinering van dit kwalificatieprofiel wordt vormgegeven. De paritaire commissie kan hier haar eigen mening geven, maar heeft geen bevoegdheden inzake examinering.</p> <p>De punten die de paritaire commissie voor de examinering van dit kwalificatieprofiel van belang acht zijn verwoord in het verantwoordingsdocument.</p>
Diploma	<p>Ten bewijze dat is voldaan aan de eisen uit dit kwalificatieprofiel wordt het diploma Mediamanagement toegekend, indien de examinering met een voldoende resultaat is afgerond.</p> <p>Mits voldaan is aan de daarvoor vastgestelde voorwaarden wordt op het diploma Mediamanagement tenminste één van onderstaande uitstroomdifferentiaties vermeld:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Media Intermediair 2. Mediaproductie Management 3. Mediacontent Management <p>Het diploma wordt toegekend bij beheersing van alle competenties van het gemeenschappelijk (kern) deel en van alle competenties van minstens één uitstroomdifferentiatie.</p>
Certificeerbare eenheden	Er zijn geen certificeerbare eenheden vastgesteld.
Wettelijke vereisten	n.v.t.

3. Kerntaken van het gemeenschappelijk deel (kern)

1. Bevordert omzet van media-uitingen/-productgroepen

2. Geeft leiding aan mediaprojecten/de mediaproductie

3. Managet content

4. Kernopgave

De beste kwaliteit willen leveren en maar een beperkt budget hebben

In de mediabranche is kwaliteit leveren van groot belang.

Het streven van de medewerker Mediamanagement is in het algemeen om een zo hoog mogelijke kwaliteit te halen. Echter, er is altijd maar een beperkt budget beschikbaar. De medewerker Mediamanagement stelt zich daarom voortdurend de vraag: hoe kan ik een zo goed mogelijk product leveren voor het beperkte budget dat ik heb?

Het afbreukrisico kan op twee manieren spelen. Enerzijds kan het bedrijf de kans lopen dat de marges te gering zijn om de beloofde kwaliteit te halen met als uiterste gevolg verlies van klanten. Anderzijds kan het zijn dat het bedrijf kosten maakt om de beloofde kwaliteit te halen die niet waren begroot en worden betaald door de klant. Komt dit te vaak voor dan ontstaan er tekorten.

5 Competentiematrix van het gemeenschappelijk deel

Competenties	kern-taken			kern-opgave		
	1. Bevordert omzet van media-uitingen/-productgroepen	2. Geeft leiding aan mediaprojecten/de mediaproductie	3. Managet content	1. Beste kwaliteit leveren bij een beperkt budget		
De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze ...						
01. het bedrijf te promoten, ook in de dagelijkse werkzaamheden	x					
02. wensen en behoeften van klanten/de mediamarkt te analyseren	x					
03. een passend advies te formuleren t.a.v. mediaproducten	x			x		
04. te onderhandelen over prijzen en voorwaarden	x			x		
05. een plan van aanpak (projectplan) te maken		x		x		
06. de mediaproductie te plannen		x		x		
07. de medewerking door derden en aansprakelijkheid rond een productie te regelen		x				
08. de financiën binnen het project te beheren		x		x		
09. x (competentie is vervallen)						
10. te zorgen voor (mediumneutrale) archivering van content			x			
11. beschikbare tijd, middelen en informatiestromen te managen	x	x	x	x		
12. kwaliteitszorg binnen het bedrijf/projecten t.a.v. mediaproductie te borgen	x	x	x	x		
13. ontwikkelingen binnen het vakgebied te volgen	x	x	x			
14. beroepscompetenties verder te ontwikkelen	x	x	x			

DEEL 2 DE DOOR HET BES TUUR VAN HET KENNISCENTRUM OP ADVIES VAN DE PARITAIRE COMMISSIE BEROEPSONDERWIJS BEDRIJFSLEVEN VAST TE STELLEN NADERE UITWERKING

6 Verrijkte kerntaken van het totale kwalificatieprofiel

KERNTAAK	
1. Bevordert omzet van media-uitingen/-productgroepen	
proces	<p>De medewerker Mediamanagement is voor zijn bedrijf actief op commercieel terrein. Hij brengt in kaart wat er in de markt speelt en/of wat klanten willen. Op basis hiervan formuleert hij passende adviezen voor campagnes of adviezen die zijn toegesneden op individuele klantvragen. Hij promoot zijn bedrijf, signaleert (potentiële) klantvragen en speelt deze door.</p> <p>Om gunstige in- en verkoopresultaten te behalen, onderhandelt de medewerker Mediamanagement met klanten, dienstverleners en leveranciers over prijzen en voorwaarden.</p> <p><i>Specificatie voor de uitstroombifferentiatie Media Intermediair:</i> De Media Intermediair is de commerciële manager, die in principe extern gericht is. Hij is gespecialiseerd in het initiëren en onderhouden van contacten met klanten en prospects. Voorwaarde is dat hij zich verdiept in wat de klant wil op mediagebied en daar een passende oplossing voor kan bieden; passend in het licht van de klantvraag maar ook passend voor de mediaproductie (wat kan het bedrijf tegen welke kosten).</p>
rol/ verantwoordelijkheden	<p>De medewerker Mediamanagement is verantwoordelijk voor het verkrijgen van inzicht in behoeften/wensen van de markt/klanten. In het verlengde hiervan is hij verantwoordelijk voor adviezen die op basis van de in kaart gebrachte markt/klantvraag geformuleerd worden. Het onderhandelen over prijzen en voorwaarden is ook zijn verantwoordelijkheid.</p> <p>Als beginnend beroepsbeoefenaar zal dit alles in eerste instantie gebeuren in nauw overleg of samenwerking met een leidinggevende of een senior collega. Regelmatig vindt terugkoppeling plaats. Vaak zal de medewerker Mediamanagement niet de eindverantwoordelijkheid hebben, maar in kleinere bedrijven kan dit wel het geval zijn.</p>
complexiteit	<p>De medewerker moet feeling hebben met wat de markt/de klant wil en kansen zien om dit om te zetten in een winstgevend aanbod. Ook moet hij tactisch te werk kunnen gaan en moet hij zich kunnen aanpassen aan de situatie.</p>
betrokkenen	<p>De medewerker Mediamanagement heeft contacten met klanten. Is er sprake van een markt dan gaat het om klantgroepen. Zaken zoals het marktonderzoek kunnen uitbesteed zijn en dan heeft hij contact met deze bureaus of met freelancers. Intern is er overleg met in ieder geval de leidinggevende wanneer belangrijke beslissingen genomen moeten worden maar ook met collega's bijvoorbeeld over uitvoerende zaken rond een campagne of over adviezen aan een klant.</p>
(hulp-)middelen	<p>Een hulpmiddel dat in ieder bedrijf van belang is, is het relatieregistratiesysteem. Verder wordt gebruik gemaakt van marketing- en verkoopanalyses. Natuurlijk zijn ook allerlei communicatiemiddelen van groot belang.</p>
kwaliteit van proces en resultaat	<p>De kwaliteit van het proces en het resultaat wordt bepaald door de mate waarin:</p> <ul style="list-style-type: none"> - de markt/klantvraag zichtbaar is gemaakt - meer naamsbekendheid van het bedrijf en/of mediaproducten is verkregen - klanten een passend advies hebben gekregen

	- verkoopcijfers zijn gestegen Dit moet uiteraard wel worden gezien tegen economische achtergronden.
<i>keuzes en dilemma's</i>	Dilemma's waar de medewerker Mediamanagement voor staat zijn: - Hoe krijgen we een optimale verdeling van kosten en baten afgemeten aan wat de klant/markt wil. - Wat is het juiste moment en wat zijn de juiste middelen om de doelgroep te bereiken.

KERNTAAK	
2. Geeft leiding aan mediaprojecten/de mediaproductie	
<i>proces</i>	De medewerker Mediamanagement geeft leiding aan mediaprojecten of de mediaproductie. Op basis van het markt/klantadvies maakt hij een plan van aanpak. Is dit goedgekeurd, dan plant de medewerker Mediamanagement de productie. De planning betreft de inzet van zowel mensen als middelen. Prioritering, afstemming, doorlooptijd en deadlines zijn hierbij essentiële elementen. De medewerker Mediamanagement zorgt ervoor dat voldaan is aan randvoorwaarden (bijvoorbeeld copyrights). Hij beheert tevens het projectbudget. <i>Specificatie voor de uitstroombifferentiatie Mediaproductie Management:</i> De Mediaproductie Manager is de manager die vooral intern gericht is op het aansturen van mediaprojecten of de mediaproductie. Hij is verantwoordelijk voor de teamsamenstelling, de taakverdeling, het begeleiden van medewerkers, goede samenwerking en een goede werksfeer. Het kan hierbij gaan om zowel eigen als ingehuurde medewerkers.
<i>rol/ verantwoordelijkheden</i>	De medewerker Mediamanagement is in principe verantwoordelijk voor het leiden van mediaprojecten/de mediaproductie (of onderdelen hiervan als het om grote opdrachten gaat) en het regelen van bijhorende zaken. Hij zal dit als beginnend beroepsbeoefenaar in nauw overleg met of onder supervisie van zijn leidinggevende doen.
<i>complexiteit</i>	De medewerker Mediamanagement moet inzicht hebben in het totale proces van totstandkoming van de mediaproductie. Hij moet hierbij de taal van de verschillende disciplines kunnen spreken, diverse soorten inhoud kunnen beoordelen en kennis hebben van technologische mogelijkheden. Gesignaleerde problemen moet hij kunnen oplossen, of ze nu op inhoudelijk of organisatorisch vlak liggen.
<i>betrokkenen</i>	De medewerker Mediamanagement heeft overleg met klanten. Ook heeft hij overleg met de verantwoordelijke voor de vormgeving, voor de functionaliteiten en voor de technische realisatie en andere leden uit zijn multidisciplinaire team. De medewerker Mediamanagement heeft ook overleg met leveranciers.
<i>(hulp-) middelen</i>	Hulpmiddelen zijn over het algemeen vrij specifiek, bijvoorbeeld ontwerpen, formats, sjablonen, betaversies, prototypes. Er wordt gewerkt met software, hardware en/of machines.
<i>kwaliteit van proces en resultaat</i>	De kwaliteit wordt vooral intern afgemeten aan de mate van tevredenheid over het projectverloop. De opdrachtgever zal vooral kijken naar het resultaat: voldoet het aan de geformuleerde wensen en eisen?
<i>keuzes en dilemma's</i>	Vaak wordt de medewerker Mediamanagement geconfronteerd met de volgende zaken: - De eigen kwaliteit wordt vaak impliciet vooropgesteld in plaats van de gewenste kwaliteit van de opdrachtgever. - Er doen zich onverwachte situaties voor die indruisen tegen het plan van aanpak. Het is vooral voor een beginnend beroepsbeoefenaar een uitdaging hoe hiermee om te gaan.

KERNTAAK	
3. Managet content	
proces	<p>De medewerker Mediamanagement managet de content. Allereerst zorgt hij ervoor dat er hele duidelijke afspraken gemaakt worden over aanlevering van de content. Dit kan een lastige opgave zijn, vooral bij klanten of leveranciers die anders moeten werken dan voorheen of er weinig verstand van hebben.</p> <p>Vervolgens moet de content worden opgeslagen in een database. De medewerker Mediamanagement zorgt ervoor dat de database gestructureerd en gebruiksvriendelijk is. Bij steeds meer bedrijven wordt content zo neutraal mogelijk opgeslagen. Dit is nodig voor crossmedia publiceren. Crossmedia publiceren houdt in dat de content met alle soorten media gepubliceerd moet kunnen worden.</p> <p>Dit alles betekent dat de medewerker Mediamanagement een stevige systeemtechnische basis moet hebben. Hij hoeft niet tot in detail alles te weten, daarvoor is er de medewerker Mediatechnologie.</p> <p><i>Specificatie voor de uitstroombifferentiatie Mediacontent Management:</i> De Mediacontent Manager is de manager die zich gespecialiseerd heeft in het beheren van content. Hij bepaalt, waar nodig in overleg met de Vormgever en/of de medewerker Mediatechnologie, of content voldoet aan inhoudelijke en technische vereisten. Hierbij komt het meer en meer voor dat bedrijven databases hebben waar content zo mediumneutraal mogelijk wordt opgeslagen zodat deze geschikt is voor publicatie via allerlei soorten media.</p>
rol/ verantwoordelijkheden	<p>De medewerker Mediamanagement is ervoor verantwoordelijk dat de content volgens afspraken wordt aangeleverd. Bij grotere bedrijven zijn hierbij meer medewerkers betrokken omdat het een lastige klus kan zijn de klant of leverancier zover te krijgen dat hij de content conform specificaties aanlevert. Bij kleinere bedrijven komt het voor dat de medewerker Mediamanagement hier zelf verantwoordelijk voor is. Hetzelfde geldt voor de database; hoe kleiner het bedrijf hoe groter de verantwoordelijkheid van de medewerker Mediamanagement.</p>
complexiteit	<p>De diversiteit aan systeemtechnische contentspecificaties is groot. Hier moet de medewerker Mediamanagement in grote lijnen van op de hoogte zijn. Hij moet de juiste vragen kunnen stellen aan de specialist en de klant of leverancier. Het is soms een hele toer om met de klant of leverancier goede afspraken te maken om content aan te leveren.</p> <p>Ook het structureren en gebruiksvriendelijk maken van een database kan complex zijn, maar het gaat niet altijd om hele ingewikkelde databases. Bij grotere, meer ingewikkelde databases zijn specialisten betrokken.</p>
betrokkenen	<p>Bij het managen van content zijn meerdere partijen betrokken: in eerste instantie klanten en/of leveranciers. Voor het structureren van de database zal er ook met collega's overlegd moeten worden.</p>
(hulp-) middelen	<p>Voor de afstemming zijn communicatiemiddelen nodig. Verder wordt vooral gebruik gemaakt van hard- en software.</p>
kwaliteit van proces en resultaat	<p>Essentieel is het maken van goede afspraken voor aanlevering van content. Ook zijn de manier waarop de database in elkaar zit en de technische specificaties van de database van groot belang.</p>
keuzes en dilemma's	<p>Het maken van goede afspraken waaraan klanten en/of leveranciers van content zich houden is een groot dilemma als de klant/leverancier er een andere werkwijze op nahoudt of onvoldoende kennis heeft.</p> <p>Levert de klant en/of leverancier de content niet aan op de voor de productie noodzakelijke wijze, dan zijn er twee mogelijkheden: met de klant/leverancier wordt afgesproken dat hij de content opnieuw en volgens de benodigde specificaties aanlevert of de medewerker Mediamanagement zorgt ervoor dat de content in het eigen bedrijf geschikt wordt gemaakt. In de laatste situatie moet de medewerker Mediamanagement bepalen wie de kosten betaalt: het eigen bedrijf of de klant.</p>

7 Eventuele kernopgaven behorend bij een uitstroombdifferentiatie

Bij geen van de uitstroombdifferentiaties zijn specifieke kernopgaven benoemd.

8 Beroepscompetenties met beheersingscriteria

Beroepscompetentie 1. (VM, BOS en SC²)	Promoot het bedrijf, ook in de dagelijkse werkzaamheden
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze zijn bedrijf te promoten om de naamsbekendheid van het eigen bedrijf en/of de mediaproducten te vergroten.
Beheersingscriteria gericht op het proces	informeert de klant/de markt correct over mediaproducten
	signaleert kansen bij lopende opdrachten en speelt deze door naar de juiste persoon binnen het bedrijf
	handelt volgens richtlijnen van het bedrijf
	communiceert op een klantvriendelijke en bij de situatie passende manier met de klant/de markt
Resultaat	gebruikt taal die past bij de doelgroep
	meer naamsbekendheid van het bedrijf en/of de mediaproducten door middel van klantgericht, deskundig gedrag
	kennis, attitude en gedrag van doelgroep verandert mogelijk ten gunste van het aanbod ³

Beroepscompetentie 2. (VM en BOS)	Analyseert wensen en behoeften van klanten voor mediaproducten / analyseert de mediamarkt
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze de behoefte van de klant/de markt te analyseren om zo inzicht te krijgen in diens wensen en behoeften voor mediaproducten.
Beheersingscriteria gericht op het proces	analyseert wensen en behoeften van de klant/de markt
	stelt de juiste vragen
	vraagt door indien nodig
	stelt indien nodig eigen blik op wensen en behoeften van de klant/de markt bij
Resultaat	legt de wensen en behoeften van de klant/de markt vast
	inzicht in wensen en behoeften van de klant/de markt door middel van de juiste analyse van de klant/marktwens

² De afkortingen die hier worden gebruikt betekenen:

VM = vakmatig-methodisch; gericht op de inhoudelijke probleemoplossing

BOS= bestuurlijk-organisatorisch en strategisch; gericht op functioneren in organisatorische context

SC = sociaal-communicatief; gericht op persoonlijke attitudes en samenwerking met anderen

ON = ontwikkeling; gericht op de ontwikkeling van individu, team of bedrijf

³ Het woord 'mogelijk' geeft aan dat, hoe goed de medewerker Mediamanagement ook zijn best doet om klanten te werven, dit geen garantie is dat een mogelijke klant ook echt klant wordt.

Beroepscompetentie 3. (VM en BOS)	Formuleert passend advies t.a.v. mediaproducten De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze de wensen en behoeften van de klant/de markt te vertalen in een advies voor een mediaproduct of -campagne.
Beheersingscriteria gericht op het proces	vertaalt behoefte van de klant/de markt in een passend plan voor product of campagne overlegt over vormgeving en functionaliteiten met verantwoordelijke overlegt over technische realisatie met verantwoordelijke bespreekt de mogelijkheden zonedig in het projectteam met oog op planning, afstemming, inzet en middelen stelt voorlopig advies op bespreekt de mogelijkheden met de klant met oog op doelgroep en gekozen medium verwerkt eventuele wijzigingen in definitief advies (offerte) presenteert het advies aan de klant op een passende wijze
Resultaat	passend advies voor mediaproduct of campagne passende presentatie van het advies aan klant

Beroepscompetentie 4. (VM, BOS en SC)	Onderhandelt over prijzen en voorwaarden De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze (met klanten, leveranciers, freelancers) te onderhandelen over prijzen en voorwaarden om voor het bedrijf zo gunstig mogelijk in te kopen en te verkopen.
Beheersingscriteria gericht op het proces	maakt overzicht van uitbestedings- en/of inkoopmogelijkheden vraagt offertes aan beoordeelt offertes onderhandelt over prijs, kwaliteit, levering – en betalingsvoorwaarden sluit contracten af koopt materialen, bestanden, diensten in koopt mediaonderdelen in volgens plan.
Resultaat	zo gunstig mogelijke prijzen en voorwaarden voor diensten en producten op basis van gevoerde onderhandelingen

Beroepscompetentie 5. (VM en BOS)	Maakt plan van aanpak (projectplan) De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze een plan van aanpak te maken voor mediaprojecten bij een goedgekeurd advies.
Beheersingscriteria gericht op het proces	overlegt met projectteam bepaalt op basis van goedgekeurd advies aan klant de kaders met betrekking tot de vormgeving, de functionaliteiten en de technische realisatie bepaalt op basis van goedgekeurd advies aan klant welke organisatorische zaken geregeld moeten worden stemt budget af met leidinggevende maakt realistisch plan van aanpak passend bij goedgekeurd advies
Resultaat	realistisch plan van aanpak passend bij goedgekeurd advies

Beroepscompetentie 6. (VM en BOS)	Plant de mediaproductie
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze de mediaproductie te plannen.
Beheersingscriteria gericht op het proces	stelt binnen een project de werkzaamheden en middelen vast
	stelt prioriteiten aan de werkzaamheden
	zorgt voor goede afstemming in (project)team
	plant de inzet van juiste mensen, middelen en alle andere noodzakelijke elementen voor de projectvoering/mediaproductie op het juiste moment
	legt planning in relatie tot werkzaamheden, beschikbare uren, doorlooptijd en deadlines vast
	neemt ruimte in de planning voor eventuele onvoorziene situaties
Resultaat	realistische planning, uitvoering en vastlegging
	alle noodzakelijke elementen zijn op het juiste moment op de juiste plaats

Beroepscompetentie 7. (VM en BOS)	Regelt medewerking door derden, aansprakelijkheid rond een productie
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze de gebruiksrechten, medewerking door derden en aansprakelijkheid rond een productie/product te regelen.
Beheersingscriteria gericht op het proces	signaleert rond een productie zaken die juridisch gezien geregeld moeten worden zoals: medewerking instanties, copyrights, auteursrechten, licenties en aansprakelijkheid
	regelt met betrokkenen de gebruiksrechten, toestemming en/of aansprakelijkheid
	komt op voor eigen rechten bij gebruik/misbruik van concepten, producten, diensten door derden
Resultaat	medewerking instanties, copyrights, auteursrechten, licenties enz. formeel geregeld
	eigen rechten zijn zo veel mogelijk gewaarborgd

Beroepscompetentie 8. (VM en BOS)	Beheert financiën binnen een project
	De medewerker Mediamanagement in staat om op adequate wijze de financiën binnen een project/productie te beheren .
Beheersingscriteria gericht op het proces	maakt de projectbegroting
	berekent kostprijs in relatie tot werkzaamheden en tarieven (begroting)
	bepaalt kosten voor een project uitgaande van gewenste kwaliteit, inzet van mensen en middelen en financiële ruimte van klant
	bewaakt financiën met oog op verhouding kwaliteit - beschikbaar budget
	controleert regelmatig of de gemaakte kosten op een project evenredig lopen met de uitgevoerde werkzaamheden
	stelt voor- en nacalculatie op
	maakt financiële overzichten per project
	analyseert financiële overzichten en signaleert knelpunten
	grijpt tijdig in, indien budget overschreden dreigt te worden
komt met voorstellen om financiële knelpunten op te lossen	
Resultaat	een project/productie dat/die binnen de grenzen van het budget is vormgegeven
	actuele financiële overzichten

N.B. Competentie 09 is vervallen.

Beroepscompetentie 10. (VM en BOS)	Zorgt voor (mediumneutrale) archivering van content⁴
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze te zorgen voor (mediumneutrale) archivering van content.
Beheersingscriteria gericht op het proces	geeft aan volgens welke technische specificaties de content aangeleverd moet worden
	maakt afspraken over de wijze waarop content aangeleverd moet worden
	gebruikt waar nodig software voor contentmanagement
	zorgt voor gestructureerde, gebruiksvriendelijke (en mediumneutrale) archivering van content
Resultaat	content is gestructureerd, gebruiksvriendelijk (en mediumneutraal) gearhiveerd

Beroepscompetentie 11. (VM en BOS)	Managet de beschikbare tijd, middelen en informatiestromen
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze om te gaan met de beschikbare tijd, middelen en informatiestromen.
Beheersingscriteria gericht op het proces	overlegt met betrokkenen (intern, klant, derden) over projectverloop
	communiqueert op heldere wijze
	zorgt ervoor dat betrokkenen zich aan gemaakte afspraken houden
	regelt zaken nodig voor projectvoortgang (b.v. inkoop materialen, bestanden, diensten)
	bewaakt projectvoortgang en neemt maatregelen wanneer die in het geding is
	zorgt ervoor dat (tussen)producten op tijd worden opgeleverd
	benut beschikbare tijd effectief en efficiënt
	benut beschikbare middelen effectief en efficiënt
	maakt snel juiste keuzes uit alle informatiestromen
	stelt vast wat hoofd- en bijzaken zijn
	werkt snel, effectief en efficiënt
	is voorbereid op diverse scenario's
	houdt het hoofd koel bij onverwachte gebeurtenissen
	neemt de juiste beslissing op het juiste moment
	zegt nee indien iets niet uitkomt
	zorgt voor een realistische workload /takenpakket door onder andere realistisch te plannen (hoeveelheid mensen voor werk en doorlooptijd)
	verantwoordt de werkzaamheden (o.a. uren)
	beheert alle projectdocumenten en relevante (deel)producten
evalueert het project	
rapporteert aan leidinggevende over projectverloop en resultaat	
Resultaat	optimaal benutte tijd
	optimaal benutte middelen
	in goede banen geleide informatiestromen

⁴ Content: de inhoud van de media-uiting

Beroepscompetentie 12. (VM, BOS en SC)	Borgt kwaliteitszorg binnen het bedrijf / projecten ten aanzien van de mediaproductie
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze de kwaliteitszorg binnen het bedrijf te borgen.
Beheersingscriteria gericht op het proces	beoordeelt aangeleverde materialen en (tussen)producten op kwaliteitsvereisten van klant en bedrijf geeft tips, suggesties en voorstellen ter verbetering signaleert fouten/onvolkomenheden en zorgt ervoor dat ze hersteld worden zorgt ervoor dat de kwaliteitsnormen worden nageleefd zorgt voor de naleving van veiligheid-, arbo- en milieuvoorschriften stelt tevredenheid van klant vast over op te leveren product gaat bij klachten na waar het fout gegaan is komt bij klachten met voorstellen tot oplossing, zowel naar tevredenheid van de klant als van het bedrijf handelt klachten administratief af
Resultaat	geborgde kwaliteitszorg binnen het bedrijf

Beroepscompetentie 13. (ON)	Volgt ontwikkelingen binnen het vakgebied
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze de snelle ontwikkelingen binnen het vakgebied te volgen en te integreren in het werkproces om zo de klant optimale mogelijkheden te kunnen bieden.
Beheersingscriteria gericht op het proces	onderhoudt contacten met branche-/vakgenoten (via netwerken/ kennisuitwisseling) volgt ontwikkelingen via vakbladen, beurzen, internet enz. vormt zich beeld van klantbehoeften integreert opgedane kennis in het werkproces biedt klant op basis van opgedane kennis optimale mogelijkheden
Resultaat	media aanbod met optimale mogelijkheden

Beroepscompetentie 14. (ON)	Ontwikkelt beroepscompetenties verder
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze zijn beroepscompetenties verder te ontwikkelen.
Beheersingscriteria gericht op het proces	reflecteert op zijn beroepsmatig handelen brengt in kaart wat goed gaat en wat beter kan bepaalt welke beroepscompetenties hij verder moet ontwikkelen bepaalt welke activiteiten hij daartoe moet ondernemen onderneemt in overleg met de leidinggevende afgesproken activiteiten is gemotiveerd is in staat op succesvolle wijze te solliciteren is in staat een arbeidscontract af te sluiten en te beëindigen
Resultaat	constante ontwikkeling van de eigen beroepscompetenties

UITSTROOMDIFFERENTIATIE 1: MEDIA INTERMEDIAIR

Beroepscompetentie 15. (VM, BOS en SC)	Pleegt acquisitie voor mediaproducten
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze acquisitie te plegen met als doel het mediaproduct te verkopen.
Beheersingscriteria gericht op het proces	toont initiatief naar de klant toe/benadert markt actief
	enthousiasmeert de klant/markt
	maakt klant/markt attent op de diversiteit aan producten die het bedrijf levert
	signaleert kansen bij bestaande klanten/markten/lopende opdrachten
	benut gesignaleerde kansen bij bestaande klanten/markten/lopende opdrachten
	gebruikt de juiste verkooptechnieken die van toepassing zijn de op betreffende situatie
	communiceert op een klantvriendelijke en bij de situatie passende wijze
	hanteert presentatietechnieken naar prospects en/of klanten
	verkoopt mediaproducten
	zoekt contacten met prospects
	heeft contacten met prospects en klanten
	onderhoudt contacten met klanten
	zet een systeem op t.b.v. de registratie van prospects en/of klanten
	beheert het registratiesysteem voor prospects en/of klanten
registreert gegevens over prospects en/of klanten	
Resultaat	goede verkoopcijfers op basis van goede klantcontacten/goede marktingangen
	actuele relatierregistratie van prospects en klanten

UITSTROOMDIFFERENTIATIE 2: MEDIAPRODUCTIE MANAGEMENT

Beroepscompetentie 16. (VM, BOS en SC)	Stuurt interne/externe medewerkers aan
	De medewerker Mediamanagement in staat om op adequate wijze interne en/of externe medewerkers aan te sturen om zo tot een optimaal (project) resultaat te komen
Beheersingscriteria gericht op het proces	stelt vast welke specialismen ingezet moeten worden
	stelt projectteam samen
	coacht en begeleidt intern en externe medewerkers bij de uitvoering van werkzaamheden
	zorgt voor efficiënte en effectieve taakverdeling en stelt deze waar nodig bij
	organiseert werkoverleg
	zit vergaderingen efficiënt en effectief voor
	delegeert werkzaamheden, bevoegdheden
	werkt aan goede samenwerking
	werkt aan goede werksfeer
	gaat discreet om met personeelsinformatie
	geeft medewerkers opbouwende feedback
	houdt rekening met relevante wet- en regelgeving op het gebied van personeel en organisatie
	stimuleert, complimenteert en motiveert medewerkers
Resultaat	goed begeleide en gemotiveerde medewerkers

UITSTROOMDIFFERENTIATIE 3: MEDIACONTENT MANAGEMENT

Beroepscompetentie 17. (VM en BOS)	Bepaalt welke content geschikt is
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze aan te geven welke content geschikt is.
Beheersingscriteria gericht op het proces	selecteert door externen aangeboden content
	controleert door internen of externen aangeleverde content op inhoud
	laat indien nodig content maken
	zorgt ervoor dat content voldoet aan inhoudelijke voorwaarden (medium, doelgroep)
	zorgt ervoor dat door internen of externen aangeleverde content wordt gecontroleerd op technische specificaties
	bepaalt welke content wordt vastgelegd (onder andere in een database)
Resultaat	content die aansluit bij de inhoudelijke voorwaarden en die op de vereiste wijze gebruikt kan worden

Beroepscompetentie 18. (VM en BOS)	Beheert content
	De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze content te beheren zodat aanwezige data (digitaal of fysiek) up-to-date zijn.
Beheersingscriteria gericht op het proces	bepaalt hoe content wordt vastgelegd ⁵
	zorgt ervoor dat relevante gegevens als metadata aan content worden gekoppeld
	gebruikt software voor contentmanagement
	bepaalt in overleg met deskundigen hoe content systematisch en gebruiksvriendelijk wordt gearhiveerd
	zorgt ervoor dat bij een verzoek om content deze wordt geleverd volgens de opgegeven specificaties
	signaleert knelpunten in contentbeheerssysteem en komt met voorstellen ter verbetering
Resultaat	actueel (digitaal of fysiek) contentbeheerssysteem met gestroomlijnde data in- en output

⁵ Dit zal in toenemende mate mediumneutraal gebeuren met het oog op crossmedia publishing.

9 Opbouw kwalificatieprofiel

9.1 Kern

Voor het kwalificatieprofiel Mediamanagement is de volgende inhoud van de kern vastgesteld.	
Kern	Mediamanagement
De volgende kerntaken, kernopgaven en competenties maken deel uit van de kern	
<i>Kerntaken</i>	1 tot en met 3
<i>Kernopgave</i>	1
<i>Competenties</i>	1 tot en met 14

9.2 Uitstroomdifferentiaties

De hierna volgende uitstroomdifferentiaties zijn vastgesteld door de paritaire commissie en het bestuur van het kenniscentrum.

Voor het kwalificatieprofiel Mediamanagement zijn de volgende uitstroomdifferentiaties vastgesteld.

Uitstroomdifferentiatie 1	Media Intermediair
Korte typering van de uitstroomdifferentiatie: De Media Intermediair is de commerciële manager, die in principe extern gericht is. Hij is gespecialiseerd in het initiëren en onderhouden van contacten met klanten en prospects. Voorwaarde is dat hij zich verdiept in wat de klant wil op mediagebied en daar een passende oplossing voor kan bieden: passend in het licht van de klantvraag maar ook passend voor de mediaproductie (wat kan het bedrijf tegen welke kosten).	
De volgende kerntaken, kernopgaven en competenties maken deel uit van deze uitstroomdifferentiatie	
<i>Kerntaak</i>	1 t/m 3, de uitstroomdifferentiatie is een verdieping van kerntaak 1
<i>Kernopgave</i>	1
<i>Competentie</i>	1 t/m 14 (kern) en 15 (uitstroomdifferentiatie)

Uitstroomdifferentiatie 2	Mediaproductie Management
Korte typering van de uitstroomdifferentiatie: De Mediaproductie Manager is de manager die vooral intern gericht is op het aansturen van mediaprojecten of de mediaproductie. Hij is verantwoordelijk voor de teamsamenstelling, de taakverdeling, het begeleiden van medewerkers, goede samenwerking en een goede werksfeer. Het kan hierbij gaan om zowel eigen als ingehuurd medewerkers.	
De volgende kerntaken, kernopgaven en competenties maken deel uit van deze uitstroomdifferentiatie	
<i>Kerntaak</i>	1 t/m 3, de uitstroomdifferentiatie is een verdieping van kerntaak 2
<i>Kernopgave</i>	1
<i>Competentie</i>	1 t/m 14 (kern) en 16 (uitstroomdifferentiatie)

Uitstroombdifferentiatie 3	Mediacontent Management
<p>Korte typering van de uitstroombdifferentiatie: De Mediacontent Manager is de manager die zich gespecialiseerd heeft in het beheren van content. Hij bepaalt, waar nodig in overleg met de Vormgever en/of de medewerker Mediatechnologie, of content voldoet aan inhoudelijke en technische vereisten. Hierbij komt het meer en meer voor dat bedrijven databases hebben waar content zo mediumneutraal mogelijk wordt opgeslagen zodat deze geschikt is voor publicatie via allerlei soorten media.</p>	
<p>De volgende kerntaken, kernopgaven en competenties maken deel uit van deze uitstroombdifferentiatie</p>	
<i>Kerntaak</i>	1 t/m 3, de uitstroombdifferentiatie is een verdieping van kerntaak 3
<i>Kernopgave</i>	1
<i>Competenties</i>	1 t/m 14 (kern) en 17 en 18 (uitstroombdifferentiatie)

10 Certificeerbare eenheden

In het kwalificatieprofiel Mediamanagement zijn geen certificeerbare eenheden benoemd.

11 Competentiematrix van het gemeenschappelijk deel en de uitstroombdifferentiaties

In de competentiematrix zijn ten behoeve van de overzichtelijkheid de competenties opgenomen die bij de kern en de uitstroombdifferentiaties van dit kwalificatieprofiel een rol spelen. De matrix is een hulpmiddel en brengt in beeld welke competenties nodig zijn bij welke kerntaken en kernopgaven en in welke uitstroombdifferentiaties.

Competenties	kern-taken			kern-opgave		
De medewerker Mediamanagement is in staat om op adequate wijze ...	1. Bevordert omzet van media-uitingen/-productgroepen	2. Geeft leiding aan mediaprojecten/de mediaproductie	3. Managet content	1. Beste kwaliteit leveren bij een beperkt budget		
01. het bedrijf te promoten, ook in de dagelijkse werkzaamheden	x					
02. wensen en behoeften van klanten/de mediamarkt te analyseren	x					
03. een passend advies te formuleren t.a.v. mediaproducten	x			x		
04. te onderhandelen over prijzen en voorwaarden	x			x		
05. een plan van aanpak (projectplan) te maken		x		x		
06. de mediaproductie te plannen		x		x		
07. de medewerking door derden en aansprakelijkheid rond een productie te regelen		x				
08. de financiën binnen het project te beheren		x		x		
09. x (competentie 09 is vervallen)						
10. te zorgen voor (mediumneutrale) archivering van content			x			
11. beschikbare tijd, middelen en informatiestromen te managen	x	x	x	x		
12. kwaliteitszorg binnen het bedrijf/projecten t.a.v. mediaproductie te borgen	x	x	x	x		
13. ontwikkelingen binnen het vakgebied te volgen	x	x	x			
14. beroepscompetenties verder te ontwikkelen	x	x	x			
Uitstroombdifferentiatie 1 Media Intermediair						

15. pleegt acquisitie voor mediaproducten	x					
Uitstroombifferentiatie 2 Mediaproductie Management						
16. stuurt interne/externe medewerkers aan		x				
Uitstroombifferentiatie 3 Mediacontent Management						
17. bepaalt welke content geschikt is			x	x		
18. beheert content			x			

12 Verantwoordingsdocument

In deze verantwoording wordt de opbouw van het kwalificatieprofiel en de wijze van totstandkoming toegelicht en verantwoord.

12.1 De onderliggende beroepscompetentieprofielen

Het kwalificatieprofiel Mediamanagement is gebaseerd op de beroepscompetentieprofielen Multimedia Publisher, Manager Nieuwe Media en Grafisch Manager.

De verwantschap tussen de beroepscompetentieprofielen voor het kwalificatieprofiel Mediamanagement heeft betrekking op de managementaspecten. De competenties uit de drie genoemde beroepscompetentieprofielen vertonen duidelijke overeenkomsten, ook wat het niveau van de succescriteria betreft. Dit was doorslaggevend om de drie beroepscompetentieprofielen te gebruiken als input voor het kwalificatieprofiel Mediamanagement. De bedrijven waar een Publisher, een Manager Nieuwe Media en een Grafisch Manager werkzaam zijn, verschillen weliswaar van elkaar wat betreft de levering van soorten producten en/of diensten, maar de werkzaamheden komen sterk overeen. Wel zijn er accentverschillen. Het commerciële aspect speelt natuurlijk bij alle drie typen bedrijven een rol van betekenis. Daarnaast speelt bij multimedia publishing contentmanagement een belangrijke rol. Bij nieuwe media bedrijven wordt er vooral projectmatig gewerkt terwijl het bij grafische bedrijven nog vaak om de mediaproductie draait. Dit laatste is wel aan het veranderen. Ook bij grafische bedrijven komt het steeds meer voor dat er projectmatig wordt gewerkt. Van alle mediaberoepscompetentieprofielen hebben alleen deze drie profielen een belangrijke management poot. Dat het hierbij niet voornamelijk gaat om algemene managementcompetenties is al opgemerkt bij de ontwikkeling van de beroepscompetentieprofielen. Illustratief is toen gezegd 'een schoenverkoper verkoopt niet zo maar brochures'. Dit betekent niet dat er geen algemene managementcompetenties van belang zijn voor mediamanagement, maar deze kunnen pas in combinatie met vakinhoudelijke aspecten zinvol in de beroepspraktijk worden ingezet.

Voor de totstandkoming van bovengenoemde beroepscompetentieprofielen verwijzen wij naar de betreffende documenten.

12.2 Naam en structuur van het kwalificatieprofiel

12.2.1 De kern van het kwalificatieprofiel

12.2.1.1 Korte typering van het kwalificatieprofiel

Als naam voor het kwalificatieprofiel is gekozen voor Mediamanagement. Deze naam is herkenbaar voor de bedrijfstak. Op plaatsen waar een beroepsbeoefenaar moet worden aangeduid, gebruiken we de naam medewerker Mediamanagement.

De medewerker Mediamanagement werkt bij diverse soorten bedrijven: communicatiebureaus, reclamebureaus, gespecialiseerde ontwerp bureaus, vormgeefstudio's, webdesignbureaus, multimediabedrijven, audiovisuele bedrijven, uitgeverijen en drukkerijen. Hij kan ook werkzaam zijn bij (middel)grote bedrijven met een aparte afdeling voor vormgeving en/of realisatie van media-uitingen. De medewerker Mediamanagement managet mediaprojecten en/of de mediaproductie en wat daar verder omheen te managen valt (commercie, content).

De medewerker Mediamanagement kan getypeerd worden als een middenkader functionaris op niveau 4. Dit niveau is bepaald op basis van de complexiteit van het beroep en de verantwoordelijkheden die de beroepsbeoefenaar daarbij heeft. In deel 1 van het kwalificatiedossier staan deze onderdelen beschreven bij de verrijkte kerntaken.

12.2.1.2 De beschrijving van de relatie tussen (beroeps-)competenties, kerntaken, kernopgaven en beroepscontext

Voor het goed kunnen uitvoeren van de kerntaken en kernopgave in de beroepscontext zijn eigenlijk alle competenties, ook die van de uitstroombdifferentiaties, van belang. In eerste instantie waren ook alle competenties opgenomen in het gemeenschappelijk deel. Bij nader inzien is besloten een aantal competenties te verplaatsen naar uitstroombdifferentiaties omdat het allemaal niet te behappen is in 4 jaar. Bovendien is het goed om enige specialisatie aan te brengen, want het is een breed profiel. Daaraan kleeft het bezwaar dat de beroepsbeoefenaar van alles wat weet, maar van niets voldoende. Een overzicht van de relatie tussen de beroepscompetenties en de kerntaken en kernopgaven is te vinden in de competentiematrix, zie deel 1 van het kwalificatiedossier.

12.2.2 De beschrijving van eventuele uitstroombdifferentiaties

Het kwalificatieprofiel Mediamanagement kent de volgende uitstroombdifferentiaties:

1. Media Intermediair
2. Mediaproductie Management
3. Mediacontent Management

Deze uitstroombdifferentiaties zijn ontwikkeld in samenspraak met mensen uit het bedrijfsleven en het onderwijs. Hierbij is gekeken naar alle competenties uit de onderliggende drie beroepscompetentieprofielen. Alle competenties zijn samengevoegd en de dubbelingen zijn eruit gehaald. Wat toen over was is gerangschikt waarbij we uitkwamen op vier mediaterrainen: commercie, mediaprojecten/mediaproductie, contentmanagement en kwaliteit. Dit was het resultaat van bijeenkomsten met het bedrijfsleven en met scholen. Er is ook geconstateerd dat kwaliteit vooral een overkoepelend thema is en geen min of meer op zichzelf staande kerntaak. Kwaliteit speelt bij alle drie de andere terreinen een belangrijke rol voor de mediabranche. Besloten is hier een kernopgave van te maken.

Op een later moment is geconstateerd dat het allemaal erg veel was geworden. Er is toen voor gekozen om een aantal competenties uit het gemeenschappelijk deel over te hevelen naar uitstroombdifferentiaties. Hierbij is de driedeling in kerntaken zondermeer aangehouden omdat het om drie te onderscheiden mediaterrainen gaat. In feite is de verdieping van de drie terreinen uit het gemeenschappelijk deel gehaald en in de uitstroombdifferentiaties geplaatst.

De uitstroombdifferentiaties Media Intermediair en Mediaproductie Management wijken op hoofdpunten niet af van huidige kwalificaties en daarvoor is voldoende vraag en aanbod op de

arbeidsmarkt. Min of meer nieuw is de uitstroombdifferentiatie Mediacontent Management. Ontwikkelingen in de mediabranche wijzen erop dat mediacontentmanagement een hoge vlucht gaat nemen. Het wordt ook wel Crossmedia Publishing genoemd. Het is overigens niet ondenkbaar dat in kleine mediabedrijven de medewerker Mediamanagement op meer dan één terrein actief is en soms zelfs op alle drie de terreinen. De medewerker Mediamanagement houdt zich vaak 'als vanzelf' bezig met zijn verdere loopbaanontwikkeling. Nogal wat MBO-ers stromen na verloop van tijd door naar hogere managementfuncties of direct naar een HBO managementopleiding.

Arbeidsmarkt

Er is enige tijd geleden een vacature-onderzoek uitgevoerd in de mediabranche (Vacature-onderzoek grafimediabranche, Kenniscentrum GOC, september 2003) waarbij duidelijk werd dat er nog geen sprake was van economisch herstel en hiermee verwachte toename van het aantal vacatures. Enige tijd later zijn onderzoeken uitgevoerd specifiek gericht op DTP (Ontwikkelingen DTP in de Grafimediabranche, Kenniscentrum GOC, december 2003) en Mediatechnologie (Ontwikkelingen Mediatechnologie in de Grafimediabranche, Kenniscentrum GOC, juli 2004). Hierin wordt geconstateerd dat er de laatste jaren inderdaad geen sprake was van een toename van het aantal vacatures. Wel wordt in beide onderzoeken door de respondenten de verwachting uitgesproken dat de markt in de loop van de komende drie jaar aantrekt. Deze onderzoeken zijn weliswaar niet specifiek gericht op Mediamanagement. Toch zijn er geen aanwijzingen en is er geen reden te bedenken waarom een toename in DTP- en Mediatechnologievacatures niet ook van toepassing zou zijn voor andere mediafuncties zoals die voor Mediamanagement. Vermoedelijk geldt dit voor alle drie de uitstroombdifferentiaties met dien verstande dat de uitstroombdifferentiatie betreffende Mediacontent Management sterk in ontwikkeling is en het er naar uitziet dat Crossmedia Publishing een hot item wordt. Onderwijsvertegenwoordigers in de paritaire commissie signaleren een zekere krapte: men komt leerlingen tekort voor het aantal bedrijven. Het betreft hier zowel stage- als arbeidsplaatsen. Dit fenomeen zal meegenomen worden in toekomstig onderzoek.

Beroepspraktijkvorming

Momenteel zijn er voor de beroepspraktijkvorming van de huidige mediamanagement kwalificaties voldoende plaatsen beschikbaar. Het aantal beschikbare BPV plaatsen is in het register van leerbedrijven van Kenniscentrum GOC te vinden. De oude kwalificaties komen, zij het breder, terug in de drie uitstroombdifferentiaties van dit kwalificatieprofiel. Dit geldt voor de uitstroombdifferentiaties Media Intermediair en Mediaproductie Management. De uitstroombdifferentiatie Mediacontent Management is in deze vorm nieuw (onderdelen zaten ook in oude kwalificaties). Of er op hele korte termijn voldoende BPV plaatsen beschikbaar zijn, is nog niet duidelijk. Wel duidelijk is dat Mediacontentmanagement een ontwikkeling van betekenis gaat doormaken.

12.2.3 De aanwijzing van eventuele certificeerbare eenheden

Certificeerbare eenheden worden toegewezen indien aangetoond kan worden dat ze bepaalde arbeidsmarktrelevantie hebben. De kerntaken 'bevordert omzet van media-uitingen/-productgroepen', 'geeft leiding aan mediaprojecten/de mediaproductie', en 'managet content' zouden strikt gezien als aparte certificeerbare eenheden gezien kunnen worden. Maar deze kerntaken krijgen alleen hun waarde als ze in samenhang beheerst worden, alleen dan hebben ze arbeidsmarktrelevantie. Zo hebben bijvoorbeeld commerciële competenties alleen hun waarde in combinatie met die voor mediaproject-/mediaproductie- en contentmanagement. Mediacontentmanagement hangt nauw samen met commercie: hoe wordt content aangeleverd, hoe kan ik daar goede afspraken over maken, welke speelruimte heb ik en hoe kan ik content zo efficiënt mogelijk voor het eigen bedrijf en voor de klant beheren. Mediaproject(productie)management is afhankelijk van de mediaomzet en werkt daar zeker indirect aan mee want tevreden klanten komen terug. Ook contentmanagement speelt hierin een rol: hoe kunnen we de content efficiënt ontwikkelen, produceren en/of distribueren. Kortom: de kerntaken zijn wel te onderscheiden, maar los van elkaar hebben ze onvoldoende arbeidsmarktrelevantie. Daarom is besloten hier geen certificeerbare eenheden te benoemen.

12.3 Van beroepscompetentieprofiel(en) naar kwalificatieprofiel

Voor wat betreft de medewerker Mediamanagement zijn de kerntaken en competenties uit de beroepscompetentieprofielen Multimedia Publisher, Manager Nieuwe Media en Grafisch Manager vergeleken op substantiële overeenkomsten. De uitkomst: zowel inhoudelijk als wat niveau betreft blijken de kerntaken en competenties uit de drie beroepscompetentieprofielen veel overeenkomsten met elkaar te hebben.

De kerntaken en competenties van het kwalificatieprofiel zijn tot stand gekomen als grote gemeenschappelijke deler van de drie beroepscompetentieprofielen. Vervolgens is de vertaalslag gemaakt naar een beginnend beroepsbeoefenaar.

De kerntaken uit het kwalificatieprofiel komen in principe terug in de onderliggende beroepscompetentieprofielen. De onderliggende beroepscompetentieprofielen omvatten 6 à 8 kerntaken. In het kwalificatieprofiel is dit aantal gereduceerd tot 3. Eigenlijk is maar één kerntaken echt geschrapt: geeft richting aan de bedrijfsvoering. Dit werd als te hoogdravend gezien. De andere kerntaken zitten er in, soms op een andere manier, bijvoorbeeld 'bereidt de productie voor' en 'voert de productie uit' is geworden 'plant de mediaproductie' (competentie als onderdeel van de kerntaak 'geeft leiding aan de mediaproductie'). Een aantal kerntaken uit de beroepscompetentieprofielen (zoals 'bewaakt financiën', 'koopt rechten en producten in', 'onderhoudt externe relaties' en 'managet personeel/stuurt medewerkers aan') is als competentie of als beheersingscriterium terug te vinden in het kwalificatieprofiel. Dit is in gezamenlijk overleg met inhoudsdeskundigen besloten. In onderstaande tabel wordt de relatie aangegeven tussen kerntaken die opgenomen zijn in het kwalificatieprofiel en de kerntaken uit de beroepscompetentieprofielen:

Kerntaken uit het kwalificatieprofiel	Kerntaken uit de beroepscompetentieprofielen
Bevordert omzet van media-uitingen/ -productgroepen	<ul style="list-style-type: none">- Bevordert omzet (beroepscompetentieprofiel Manager Nieuwe Media en Grafisch Manager)- Vermarkt media (beroepscompetentieprofiel Multimedia Publisher)
Geeft leiding aan mediaprojecten/de mediaproductie	<ul style="list-style-type: none">- Stuurt productieproces aan (beroepscompetentieprofiel Manager Nieuwe Media en Grafisch Manager)- Ondersteunt bedrijfsvoering (beroepscompetentieprofiel Multimedia Publisher)
Managet content	<ul style="list-style-type: none">- Managet content (beroepscompetentieprofiel Multimedia Publisher) Bij de andere profielen zit dit op competentieniveau: contentarchief opzetten en beheren (Manager Nieuwe Media) en bedrijfslogistiek regelen (contentbeheer is onderdeel hiervan, Grafisch Manager)

In essentie komen de kerntaken uit het kwalificatieprofiel overeen met de kerntaken uit de beroepscompetentieprofielen, alleen de beschrijving wijkt hier en daar van elkaar af.

Centrale uitgangspunten bij de ontwikkeling van competenties waren: soms is het niveau nodig, andere competenties zijn te hoogdravend voor MBO niveau en er zijn sowieso te veel competenties. Aan mensen uit de beroepspraktijk is toen als eerste gevraagd: wat is echt belangrijk voor Mediamanagement. Later zijn hierin ook keuzes gemaakt met docenten. De keuzes pakten ongeveer hetzelfde uit.

Voorbeelden van geschrapte competenties omdat ze te hoogdravend of te omvangrijk waren: stelt communicatieplan op, stelt personeelsbeleid op, schrijft teksten, regelt interne dienst aangelegenheden. Competenties waarbij het niveau goed was zijn uiteraard overgenomen, bijvoorbeeld: stuurt medewerkers aan, beheert financiën, bewaakt projectvoortgang (meestal wel met minder criteria).

Veel van de overgenomen beroepscompetenties uit de beroepscompetentieprofielen zijn geïntegreerd in één of meerdere competenties, waardoor competenties uit de beroepscompetentieprofielen in het kwalificatieprofiel zijn terug te vinden als beheersingscriteria. Bij sommige competenties zijn beheersingscriteria toegevoegd, verwijderd of aangepast in formulering.

In de beroepscompetentieprofielen zijn de volgende kernopgaven geformuleerd: 'werkt projectmatig', 'communiceert', 'werkt aan netwerken', 'kent zijn doelgroep'. Deze kernopgaven komen in het kwalificatieprofiel te vervallen omdat dit geen echte kernopgaven bleken te zijn. Inhoudelijk krijgen de kernopgaven wel een plek in het kwalificatieprofiel bijvoorbeeld in de vorm van competenties ('werkt projectmatig' en 'communiceert') of in de vorm van een beheersingscriterium behorende bij een competentie ('onderhoudt contacten met branche-/vakgenoten (via netwerken/ kennisuitwisseling)' en 'legt de wensen en behoeften van de klant/de markt vast'). Voor het kwalificatieprofiel is een kernopgave geformuleerd die breed in de mediabranche speelt: wat is de beste kwaliteit die ik tegen de afgesproken prijs kan leveren.

Verder zijn er geen specifieke kerntaken en kernopgaven ondergebracht in de uitstroombifferentiaties. De reden hiervoor is dat de uitstroombifferentiaties verdiepingen zijn van het gemeenschappelijk deel. Er zijn competenties beschreven die specifiek zijn voor de verschillende uitstroombifferentiaties parallel aan de drie kerntaken.

Kerntaken en competenties zijn abstracter dan eindtermen. Dit heeft tot gevolg dat een kwalificatieprofiel duurzamer zal zijn dan een eindtermendocument.

Competentiegericht opleiden houdt onder meer in dat de beroepspraktijk centraal komt te staan. In de oude situatie met eindtermen ging het in de eerste plaats om kennis en de toepassing hiervan. Met de komst van competenties staat het competent functioneren in de beroepspraktijk centraal. Dit biedt het onderwijs in samenwerking met het bedrijfsleven mogelijkheden tot innovatie. Onderwijsinstellingen anticipeerden hier al in mindere of meerdere mate op maar waren daarin beperkt doordat ze zich nog aan de eindtermen moesten houden.

Doordat de kerntaken en competenties uit de kern op een abstracter niveau zijn geformuleerd dan in de oude situatie hebben beperkte ontwikkelingen waarschijnlijk minder effect op de essentie. Het is echter wel denkbaar dat er zich beperkte ontwikkelingen voordoen die gevolgen hebben voor de uitstroombifferentiaties. Het mediaspeelveld is volop in beweging.

12.4 Leer- en burgerschapscompetenties

De leer- en burgerschapscompetenties zijn in de beroepscompetenties geïntegreerd volgens de door een landelijke werkgroep ontwikkelde methodiek van 'schering en inslag'. Hierbij is zoveel mogelijk gebruik gemaakt van de door deze werkgroep ontwikkelde voorbeelduitwerking.

In welke beroepscompetenties van het kwalificatieprofiel Mediatechnologie komen de leer- en burgerschapscompetenties terug

L = leercompetentie

E = economische burgerschapscompetentie

S = sociale burgerschapscompetentie

C = culturele burgerschapscompetentie

P = politieke burgerschapscompetentie

N = normatieve burgerschapscompetentie

O = organisatorische burgerschapscompetentie

1. Promoot het bedrijf, ook in de dagelijkse werkzaamheden	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze zijn bedrijf te promoten om de naamsbekendheid van het eigen bedrijf en/of de mediaproducten te vergroten.
Beheersingscriteria	
L,E,P,N,O	Informeert de klant/de markt correct over mediaproducten.
E,N,O	Signaleert kansen bij lopende opdrachten en speelt deze door naar de juiste persoon binnen het bedrijf.
E,S	Handelt volgens richtlijnen van het bedrijf.
L,E,C,N	Communiqueert op een klantvriendelijke en bij de situatie passende manier met de klant/de markt.
L,E,C,S,N,O	Gebruikt taal die past bij de doelgroep.
Resultaat	Meer naamsbekendheid van het bedrijf en/of de mediaproducten door middel van klantgericht, deskundig gedrag. Kennis, attitude en gedrag van doelgroep verandert mogelijk ten gunste van het aanbod.

2. Analyseert wensen en behoeften van klanten voor mediaproducten / analyseert de mediamarkt	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze de behoefte van de klant/de markt te analyseren om zo inzicht te krijgen in diens wensen en behoeften voor mediaproducten.
Beheersingscriteria	
E,S,N,O	Analyseert wensen en behoeften van de klant/de markt.
E,N,O	Stelt de juiste vragen.
E,S,O	Vraagt door indien nodig.
E,N	Stelt indien nodig eigen blik op wensen en behoeften van de klant/de markt bij.
	Legt de wensen en behoeften van de klant/de markt vast.
Resultaat	Inzicht in wensen en behoeften van de klant/de markt door middel van de juiste analyse van de klant/marktwens.

3. Formuleert passend advies t.a.v. mediaproducten	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze de wensen en behoeften van de klant/de markt te vertalen in een advies voor een mediaproduct of -campagne.
Beheersingscriteria	Vertaalt behoefte van de klant/de markt in een passend concept voor product of campagne.
E,S,N,O	Overlegt over vormgeving en functionaliteiten met verantwoordelijke.
E,S,P,N,O	Overlegt over technische realisatie met verantwoordelijke.
E,S,P,N,O	Bespreekt de mogelijkheden zonodig in projectteam met oog op planning, afstemming, inzet en middelen.
E,S,P,N,O	Stelt voorlopig advies op.
E,S,P,N,O	Bespreekt de mogelijkheden met de klant met oog op doelgroep en gekozen medium.
E,O	Verwerkt eventuele wijzigingen in definitief advies.
E,N,O	Presenteert het advies aan de klant op een passende wijze.
Resultaat	Passend advies voor mediaproduct of campagne.
	Passende presentatie van het advies aan klant.

4. Onderhandelt over prijzen en voorwaarden	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze (met klanten, leveranciers, freelancers) te onderhandelen over prijzen en voorwaarden om voor het bedrijf zo gunstig mogelijk in te kopen en te verkopen.
Beheersingscriteria	Maakt overzicht van uitbestedings- en/of inkoopmogelijkheden.
S,P,N,O	Vraagt offertes aan.
S,O	Beoordeelt offertes.
E,S,C,P,N,O	Onderhandelt over prijs, kwaliteit, levering – en betalingsvoorwaarden.
E,S,O	Sluit contracten af.
	Koopt materialen, bestanden, diensten in.
S	Koopt mediaonderdelen in volgens plan.
Resultaat	Zo gunstig mogelijke prijzen en voorwaarden voor diensten en producten op basis van gevoerde onderhandelingen.

5. Maakt plan van aanpak (projectplan)	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze een plan van aanpak te maken voor mediaprojecten bij een goedgekeurd advies.
Beheersingscriteria	
E,S,C,P,N,O	Overlegt met projectteam.
E,S,N,O	Bepaalt op basis van goedgekeurd advies aan klant de kaders met betrekking tot de vormgeving, de functionaliteiten en de technische realisatie.
N,O	Bepaalt op basis van goedgekeurd advies aan klant welke organisatorische zaken geregeld moeten worden.
E,S,P	Stemt budget af met leidinggevende.
S,O	Maakt realistisch plan van aanpak passend bij goedgekeurd advies.
Resultaat	Realistisch plan van aanpak passend bij geformuleerd advies.

6. Plant de mediaproductie	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze de mediaproductie te plannen.
Beheersingscriteria	
S,O	Stelt binnen een project de werkzaamheden en middelen vast.
S,O	Stelt prioriteiten aan de werkzaamheden.
E	Zorgt voor goede afstemming in (project)team.
E,S,O	Plant de inzet van juiste mensen, middelen en alle andere noodzakelijke elementen voor de projectvoering/mediaproductie op het juiste moment.
S,O	Legt planning in relatie tot werkzaamheden, beschikbare uren, doorlooptijd en deadlines vast.
E,S,O	Neemt ruimte in de planning voor eventuele onvoorziene situaties.
Resultaat	Realistische planning, uitvoering en vastlegging. Alle noodzakelijke elementen zijn op het juiste moment op de juiste plaats zodat het project/productieproces goed kan verlopen.

7. Regelt medewerking door derden, aansprakelijkheid rond een productie	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze de gebruiksrechten, medewerking door derden en aansprakelijkheid rond een productie/product te regelen.
Beheersingscriteria	
E,S,O	Signaleert rond een productie zaken die juridisch gezien geregeld moeten worden zoals: medewerking instanties, copyrights, auteursrechten, licenties en aansprakelijkheid.
E,S,P,N,O	Regelt met betrokkenen de gebruiksrechten, toestemming en/of aansprakelijkheid.
E,S,P,N,O	Komt op voor eigen rechten bij gebruik/misbruik van concepten, producten, diensten door derden.
Resultaat	Medewerking instanties, copyrights, auteursrechten, licenties enz. formeel geregeld. Eigen rechten zijn zo veel mogelijk gewaarborgd.

8. Beheert financiën binnen een project	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement in staat om op adequate wijze de financiën binnen een project/productie te beheren.
Beheersingscriteria	
	Maakt de projectbegroting.
S,O	Berekent kostprijs in relatie tot werkzaamheden en tarieven (begroting).
S	Bepaalt kosten voor een project uitgaande van gewenste kwaliteit, inzet van mensen en middelen en financiële ruimte van klant.
S,O	Bewaakt financiën met oog op verhouding kwaliteit - beschikbaar budget.
S	Controleert regelmatig of de gemaakte kosten op een project evenredig lopen met de uitgevoerde werkzaamheden.
	Stelt voor- en nacalculatie op.
S	Maakt financiële overzichten per project.
	Analyseert financiële overzichten en signaleert knelpunten.
E,S,N,O	Grijpt tijdig in, indien budget overschreden dreigt te worden.
P,O	Komt met voorstellen om financiële knelpunten op te lossen.
Resultaat	Een project/productie dat/die binnen de grenzen van het budget is vormgegeven. Actuele financiële overzichten.

N.B. Competentie 09 is vervallen.

10. Zorgt voor (mediumneutrale) archivering van content⁶	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze te zorgen voor (mediumneutrale) archivering van content.
Beheersingscriteria P,O S	Geeft aan volgens welke technische specificaties de content aangeleverd moet worden.
	Maakt afspraken over de wijze waarop content aangeleverd moet worden.
	Gebruikt waar nodig software voor contentmanagement.
	Zorgt voor gestructureerde, gebruiksvriendelijke (en mediumneutrale) archivering van content.
Resultaat	Content is gestructureerd, gebruiksvriendelijk (en mediumneutraal) gearhiveerd.

11. Managet de beschikbare tijd, middelen en informatiestromen	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze om te gaan met de beschikbare tijd en informatiestromen.
Beheersingscriteria E,C,P,N,O E,S,P,N,O E,S,O E,S,O S,O E,S,O E,O E,O E,S,C,O O O O O O E,S,C,O E,S,P,O S,O E S O E,P,O	Overlegt met betrokken (intern, klant, derden) over projectverloop
	Communiqueert op heldere wijze
	Zorgt ervoor dat betrokkenen zich aan gemaakte afspraken houden
	Regelt zaken nodig voor projectvoortgang (b.v. inkoop materialen, bestanden, diensten)
	Bewaakt projectvoortgang en neemt maatregelen wanneer die in het geding is
	Zorgt ervoor dat (tussen)producten op tijd worden opgeleverd
	Benut beschikbare tijd effectief en efficiënt.
	Benut beschikbare middelen effectief en efficiënt.
	Maakt snel juiste keuzes uit alle informatiestromen.
	Stelt vast wat hoofd- en bijzaken zijn.
	Werkt snel, effectief en efficiënt.
	Is voorbereid op diverse scenario's.
	Houdt het hoofd koel bij onverwachte gebeurtenissen.
	Neem de juiste beslissing op het juiste moment.
	Zegt nee indien iets niet uitkomt.
	Zorgt voor een realistische workload / takenpakket door onder andere realistisch te plannen (hoeveelheid mensen voor werk en doorlooptijd).
	Verantwoordt de werkzaamheden (o.a. uren)
Beheert alle projectdocumenten en relevante (deel)producten	
Evalueert het project	
Rapporteert aan leidinggevende over projectverloop en resultaat	
Resultaat	Optimaal benutte tijd.
	In goede banen geleide informatiestromen.

⁶ Content: de inhoud van de media-uiting

12. Borgt kwaliteitszorg binnen het bedrijf / projecten ten aanzien van de mediaproductie	
Beroepscompetentie (VM en BOS)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze de kwaliteitszorg binnen het bedrijf te borgen.
Beheersingscriteria	Beoordeelt aangeleverde materialen en (tussen)producten op kwaliteitsvereisten van klant en bedrijf.
O	Geeft tips, suggesties en voorbeelden ter verbetering.
E,S,C,P,N,O	Signaleert fouten/onvolkomenheden en zorgt ervoor dat ze hersteld worden.
S,O	Zorgt ervoor dat de kwaliteitsnormen worden nageleefd.
E,S,O	Zorgt voor de naleving van veiligheid-, arbo- en milieuvorschriften.
E,S,N,O	Stelt tevredenheid van klant vast over op te leveren product.
S	Gaat bij klachten na waar het fout gegaan is.
E,S,C,P,N,O	Komt bij klachten met voorstellen tot oplossing, zowel naar tevredenheid van de klant als van het bedrijf.
E,S,C,P,O	Handelt klachten administratief af.
Resultaat	Geborgde kwaliteitszorg binnen het bedrijf

13. Volgt ontwikkelingen binnen het vakgebied	
Beroepscompetentie (ON)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze de snelle ontwikkelingen binnen het vakgebied te volgen en te integreren in het werkproces om zo de klant optimale mogelijkheden te kunnen bieden.
Beheersingscriteria	Onderhoudt contact met branche-/vakgenoten (via netwerken/kennisuitwisseling).
L,E	Volgt gemotiveerd ontwikkelingen via vakbladen, beurzen, internet enz..
L,E	Vormt zich beeld van klantbehoeften.
L	Integreert opgedane kennis in het werkproces.
E,O	Biedt klant op basis van opgedane kennis optimale mogelijkheden.
Resultaat	Media aanbod met optimale mogelijkheden.

14. Ontwikkelt beroepscompetenties verder	
Beroepscompetentie (ON)	De medewerker mediamanagement is in staat om op adequate wijze zijn beroepscompetenties verder te ontwikkelen.
Beheersingscriteria	Reflecteert op zijn beroepsmatig handelen
L,O	Brengt in kaart wat goed gaat en wat beter kan
L	Bepaalt welke beroepscompetenties hij verder moet ontwikkelen
L	Bepaalt welke activiteiten hij daartoe moet ondernemen
L	Onderneemt in overleg met de leidinggevende afgesproken activiteiten
L	is gemotiveerd
E	solliciteren
E	arbeidscontract afsluiten en beëindigen
Resultaat	Constante ontwikkeling van de eigen beroepscompetenties

Van brondocument L&B naar kwalificatieprofiel Mediatechnologie

Leren		Reeds geformuleerd in competentie
Competentie	De leerling is in staat om op adequate wijze leeractiviteiten uit te voeren.	
Succescriteria	<ul style="list-style-type: none"> • is gemotiveerd. 	14 (toegevoegd)
	<ul style="list-style-type: none"> • heeft vertrouwen in eigen kunnen. 	14
	<ul style="list-style-type: none"> • creëert mogelijkheden tot leren. 	13,14
	<ul style="list-style-type: none"> • kiest leeractiviteiten. 	14
	<ul style="list-style-type: none"> • weet wanneer externe sturing / zelfsturing noodzakelijk/mogelijk zijn. 	14
	<ul style="list-style-type: none"> • hanteert cognitieve leeractiviteiten. 	14
	<ul style="list-style-type: none"> • hanteert affectieve leeractiviteiten. 	14
	<ul style="list-style-type: none"> • hanteert regulatieve leeractiviteiten. 	14
	<ul style="list-style-type: none"> • combineert cognitieve leeractiviteiten met affectieve en regulatieve leeractiviteiten 	14
	<ul style="list-style-type: none"> • doorloopt de volledige leercyclus. 	14
<ul style="list-style-type: none"> • stuurt in toenemende mate het leerproces zelf. 	14	
Resultaat	<ul style="list-style-type: none"> • beschikt over een repertoire aan leeractiviteiten. • zet leeractiviteiten in passend bij de situatie in de leeromgeving en bij zichzelf. 	

Economische burgerschapscompetentie		Reeds geformuleerd in competentie
Competentie	De burger is in staat om op adequate wijze: <ul style="list-style-type: none"> • zijn/haar employability te ontwikkelen, • als burger te participeren in beroeps- en bedrijfscontexten, • te handelen als kritisch consument. 	
Succescriteria		
	Employability:	
	<ul style="list-style-type: none"> • zelfreflectie (beschouwing van capaciteiten en motivaties die van belang zijn voor de loopbaan) 	1,11
	<ul style="list-style-type: none"> • werkexploratie (onderzoek van werk en mobiliteit in de loopbaan; inschatting eigen mogelijkheden in relatie tot eisen en mogelijkheden van bepaald werk); raadpleegt bronnen en gebruikt hulpmiddelen om zelfinzicht te vergroten 	1,2
	<ul style="list-style-type: none"> • loopbaansturing: loopbaangerichte planning en beïnvloeding van leer- en werkproces. Gebruikt zoekstrategieën om werk te vinden. Zoekt ondersteuning indien nodig 	1,15
	<ul style="list-style-type: none"> • zelfprofilering (presentatie op de interne en externe arbeidsmarkt gericht op loopbaanontwikkeling). 	1,2,3
	<ul style="list-style-type: none"> • solliciteren 	14 (toegevoegd)
	<ul style="list-style-type: none"> • netwerken en mobiliseren hulp 	1,13,15
	Werknemersrechten:	
	<ul style="list-style-type: none"> • arbeidscontract afsluiten en beëindigen, 	4,11,14 (toegevoegd)
	<ul style="list-style-type: none"> • verwoordt de eigen situatie; kent rechten en plichten 	1,3,7,11,12
	<ul style="list-style-type: none"> • respecteert regels en uitvoerder 	12
	<ul style="list-style-type: none"> • behartigt eigen belangen 	1,2,3,6,7,11,12
	<ul style="list-style-type: none"> • zoekt ondersteuning indien nodig 	4,5
	Participatie:	
	<ul style="list-style-type: none"> • respecteert meningen van anderen 	3,4,11,12
	<ul style="list-style-type: none"> • handelt integer 	5,6,7,11,12
	Beroepsethische keuzen:	
	<ul style="list-style-type: none"> • reflecteert op ethische aspecten eigen (beroeps)handelen; 	1,11
	<ul style="list-style-type: none"> • respecteert meningen van anderen 	3,4,11,12
	Kritisch consument:	
	<ul style="list-style-type: none"> • formuleert en beargumenteert overwegingen en criteria 	1,3,4,5,7,8,11,12
	<ul style="list-style-type: none"> • raadpleegt bronnen 	13
	<ul style="list-style-type: none"> • zoekt ondersteuning indien nodig 	3,5
Resultaat	Employability: <ul style="list-style-type: none"> • heeft duidelijk zicht op eigen capaciteiten en mogelijkheden; kan loopbaanvoeren voor zichzelf uitzetten 	

	<ul style="list-style-type: none"> • heeft inzicht in de mogelijkheden en ontwikkelingen in de markt • bepaalt welke witte vlekken er zijn/welke competenties verder moeten worden ontwikkeld met het oog op de eigen loopbaan • onderneemt passende activiteiten om werk te vinden • hanteert wet- en regelgeving <p>Werknemersrechten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • maakt gebruik van rechten • hanteert wet- en regelgeving <p>Participatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • onderbouwt keuzen • brengt eigen mening naar voren • hanteert wet- en regelgeving <p>Beroepsethische keuzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • onderbouwt keuzen • houdt zich aan bestaande regels • hanteert wet- en regelgeving <p>Kritisch consument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • onderbouwt keuzen • onderneemt actie bij klachten 	
--	---	--

Sociale burgerschapscompetentie		Reeds geformuleerd in competentie
Competentie	<p>De burger is in staat om op adequate wijze te functioneren op het publiek/private raakvlak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • in de eigen woon- en leefomgeving om te gaan (samen te leven) met anderen (in buurt, verkeer, uitgaansleven, op school, werk) • bij de organisatie van zorg (publiek-private arrangementen, instellingen) <p>Centraal staat het vermogen bij te dragen aan een gewenste ontwikkeling vanuit het perspectief van kwaliteit, persoonlijke ontwikkelingsmogelijkheden, en maatschappelijke waarden, normen en verantwoordelijkheden..</p>	
Succescriteria		
Proces	<p>Samenleven/omgaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • neemt eigen verantwoordelijkheid • respecteert anderen • houdt zich aan regels <p>Gebruik maken van voorzieningen en activiteiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • houdt zich aan regels van voorzieningen en activiteiten • plant en regelt zelf activiteiten m.b.t. gebruik van de zorginstelling of schakelt hulp in om deze activiteiten te regelen (informatie inwinnen, afspraken maken, deskundige raadplegen e.d.) • neemt initiatieven om vereiste procedures te doorlopen; houdt eventuele termijnen in acht • coördineren, organiseren, overtuigen, besluiten, belangen afwegen, respectvol kritiek geven en ontvangen, plannen. <p>Levensterreinen afstemmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekt alternatieven • is in staat ethische vragen en dilemma's te herkennen die zich kunnen voordoen bij de afstemming 	<p>1,4,7,8,11,12</p> <p>3,4,11,12</p> <p>1,4,7,11,12</p> <p>1,4,7,11,12</p> <p>1,4,5,6,7,11,12</p> <p>5,7,8,12</p> <p>2,3,4,5,6,7,8,9,11,12</p> <p>2,3,4,5,6,11</p> <p>1,2,3,5,6,11</p>
Resultaat	<p>Samenleven/omgaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • levert een positieve bijdrage aan sociale klimaat in diverse levenssituaties • hanteert wet- en regelgeving <p>Gebruik maken van voorzieningen en activiteiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • maakt gebruik van voor eigen situatie passende voorzieningen en activiteiten • stelt de juiste vragen, vraagt door, luistert goed, vat gesprek samen en koppelt terug; evalueert achteraf hoe het ging en wat er van te leren valt. • hanteert wet- en regelgeving <p>Levensterreinen afstemmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • geeft overwegingen voor keuzen • hanteert wet- en regelgeving 	

Culturele burgerschapscompetentie		Reeds geformuleerd in competentie
Competentie	De burger is in staat om op adequate wijze te participeren in de pluriforme en multiculturele samenleving op nationaal en Europees niveau.	
Succescriteria		
Proces	<ul style="list-style-type: none"> • reflecteert op eigen maatschappelijk-culturele identiteit (belangrijke kenmerken; overwegingen, normen, waarden) 	11
	<ul style="list-style-type: none"> • toont respect voor andere gewoonten 	1,4,5,12
	<ul style="list-style-type: none"> • reflecteert op interactieprocessen 	1,11
Resultaat	<ul style="list-style-type: none"> • acceptatie van verschillen • respect voor eigenheid van culturele verbanden • normen en waarden delen of beheerst van mening verschillen over de normen en waarden, dan wel de juiste uitleg ervan dan wel de adequate toepassing in het werkelijke leven. • receptief (lezen en luisteren) en productief (spreken en schrijven) gebruik van Nederlands op adequaat niveau voor de eigen situatie • gebruikt twee vreemde talen in voorkomende situaties op adequate wijze • kennis van belangrijke aspecten van de eigen en andere culturen • kennis en inzicht in ontwikkelingen in de multiculturele samenleving ('Nederland immigratieland'); mening geven over multiculturele vraagstukken • succesvolle interactie tussen burgers met andere culturele achtergrond • succesvolle interactie met burgers van andere landen • houdt zich aan algemeen aanvaarde normen en waarden m.b.t. vrijheid, gelijkwaardigheid en verantwoordelijkheid in de omgang met anderen • hanteert wet- en regelgeving 	

Politieke burgerschapscompetentie		Reeds geformuleerd in competentie
Competentie	De burger is in staat om op adequate wijze effectief om te gaan met de opgaven van het politieke domein: <ul style="list-style-type: none"> • zich een mening vormen over politiek relevante issues en daarmee actief of passief deel te nemen aan verkiezingen • te participeren op formele en informele wijze in politieke besluitvorming en beleidsbeïnvloeding om te gaan met instanties en regelingen en deze te benutten. 	
Succescriteria		
	Deelnemen aan verkiezingen:	
	• raadpleegt uiteenlopende bronnen	3,5
	• verwoordt eigen standpunt	1,3,4,5,7,8,11,12
	Participeren in besluitvorming en beleidsbeïnvloeding:	
	• inventariseert en respecteert meningen	3,4,11,12
	• verwoordt eigen standpunt	1,3,4,5,7,8,11,12
	Omgaan met instanties en regelingen:	
	• verwoordt de eigen situatie/vraag/behoefte	1,3,4,5,7,8,11,12
	• respecteert anderen	3,4,11,12
	* schakelt indien nodig derden in	3,5,11
Resultaat	Deelnemen aan verkiezingen: <ul style="list-style-type: none"> • onderbouwt keuze • hanteert wet- en regelgeving Participeren in besluitvorming en beleidsbeïnvloeding: <ul style="list-style-type: none"> • onderbouwt keuze tot participatie • brengt eigen mening in • hanteert wet- en regelgeving Omgaan met instanties en regelingen: <ul style="list-style-type: none"> • benut regels en instanties • verkrijgt gevraagde ondersteuning • hanteert wet- en regelgeving 	

Normatieve burgerschapscompetentie		Reeds geformuleerd in competentie
Competentie	De burger is in staat om op adequate wijze zelfstandig, sociaal betrokken en verantwoordelijk te handelen op basis van maatschappelijk geaccepteerde basiswaarden.	
Succescriteria		
Proces	• stemt eigen handelen af op handelen van anderen	1,2,3,5,8
	• respecteert andere meningen (binnen basis normen en waarden)	3,4,5,11,12
	• accepteert andere gedrag (binnen basisnormen en waarden)	1,3,11
	• hanteert breed geaccepteerde sociale omgangsvormen	1,2,3,4,5,7,11,12
	• hanteert milieunormen	12
	• gaat kritisch om met eigen normen (cultuur, subgroep)	2,13
	• oriënteert zich op verschillende opvattingen en vormt zich daarover een mening	1,2,3,4,13
Resultaat	<ul style="list-style-type: none"> • wordt gerespecteerd voor zijn / haar mening en handelen in de samenleving • handelt sociaal betrokken • spreekt anderen aan op handelen • ontwikkelt eigen normen met betrekking tot duurzaamheid, gelijkwaardigheid, rechtvaardigheid, geweld, solidariteit, tolerantie, veiligheid, verantwoordelijkheid, zorg. • handelt van uit overwegingen rond normatieve aspecten van het beroep (ethiek, fraude, milieu) • hanteert wet- en regelgeving 	

Organisatorische burgerschapscompetentie		Reeds geformuleerd in competentie
Competentie	De burger is in staat om op adequate wijze om te gaan met publieke organisatorische context(en) en daarbij behorende problemen binnen de relevante maatschappelijke domeinen en situaties.	
<i>Succescriteria</i>		
Proces	<ul style="list-style-type: none"> plant en regelt de eigen activiteiten in de context van een maatschappelijk verband. Kan het eigen handelen situeren in het grotere geheel. 	3,5,6,7,11
	<ul style="list-style-type: none"> kan samenwerken, coördineren en organiseren 	3,5,7,8,
	<ul style="list-style-type: none"> toont overtuigingskracht, besluitvaardigheid, verantwoordelijkheidsgevoel, leidinggevend vermogen 	1,2,3,4,5,6,7,8,11,12
	<ul style="list-style-type: none"> hanteert eigen gevoelens 	11,14
	<ul style="list-style-type: none"> respecteert eigen grenzen en grenzen van anderen 	1,3,4,5,12
	<ul style="list-style-type: none"> doorloopt keuzeprocessen 	2,3,4,5,6,7,11,12
	<ul style="list-style-type: none"> brengt eigen inzichten overtuigend in 	1,3,4,5,7,8,11,12
	<ul style="list-style-type: none"> komt afspraken na deelt kennis en ervaring 	3,4,7,8,11,12 3,8,11,13
Resultaat	<ul style="list-style-type: none"> levert een bijdrage aan relevante maatschappelijk verband (en) lost problemen op plant en organiseert activiteiten past zich op een zakelijke manier aan veranderingen aan maakt keuzen hanteert wet- en regelgeving 	

Verantwoording van de gemaakte keuzes

Uitgangspunt van de vergelijking is de methodiek schering en inslag versie 14 juli 2004. Bij het vergelijken van de leer- en burgerschapscompetenties met de beroepscompetenties van het kwalificatieprofiel Mediamanagement is met name gekeken naar de overeenkomst in betekenis van de criteria. We hebben vastgesteld dat daar waar geen exact gelijke formuleringen voorkomen, toch vaak sprake is van overeenkomsten omdat de criteria inhoudelijk gelijkwaardig zijn of omdat de criteria uit de leer- en burgerschapscompetenties onderliggend zijn aan de criteria uit het kwalificatieprofiel Mediamanagement. Een paar criteria van de leer- en burgerschapscompetenties konden we niet terugvinden in de beroepscompetenties uit de gemeenschappelijke kern. Deze criteria zijn toegevoegd aan de oorspronkelijke beroepscompetenties.

In het algemeen kan gesteld worden dat veel van de leer- en burgerschapscriteria vrij makkelijk gekoppeld konden worden aan de competenties uit het kwalificatieprofiel zelf. Dit komt vanwege de aard van dit kwalificatieprofiel: om mediaprojecten/de productie te kunnen managen, dient een beroepsbeoefenaar te beschikken over onder andere de nodige economische, sociale, politieke, normatieve en organisatorische competenties.

Leren

De leercompetentie komt vooral terug in beroepscompetentie 14 'ontwikkelt beroepscompetenties verder'. Cognitieve, regulatieve en affectieve leeractiviteiten hebben we vooral gekoppeld aan beroepscompetentie 14, maar zouden in principe ook gekoppeld kunnen worden aan andere competenties, gezien het managementkarakter van dit kwalificatieprofiel waar cognitieve, regulatieve en affectieve (leer)activiteiten overall een belangrijke rol spelen.

Er was een criterium waar we geen overeenkomst konden vinden met bestaande criteria en die is toegevoegd aan competentie 14: 'is gemotiveerd'.

Economische burgerschapscompetentie

De economische burgerschapscompetentie bestaat uit drie onderdelen:

- **Employability ontwikkelen.** Hier is veel overeenkomst te vinden met met beroepscompetentie 15 'pleegt acquisitie voor mediaproducten'. Het ontwikkelen van employability is voor een groot gedeelte te vergelijken met het acquireren. De competenties die je voor beide activiteiten moet beheersen, komen in grote mate met elkaar overeen. Naast competentie 15, zijn ook andere uiteenlopende competenties gekoppeld aan de economische burgerschapscompetentie. Eén criterium vertoonde geen overeenkomst en dat is toegevoegd aan competentie 14: solliciteren.
- **Participeren in beroeps- en bedrijfscontexten.** In dit onderdeel komen uiteenlopende zaken aan de orde: werknemersrechten, participatie, beroepsethische keuzen. De overeenkomsten van de criteria zijn dan ook bij een diversiteit aan beroepscompetenties te vinden. Hier is het niet zo dat er vooral één beroepscompetentie uitspringt waar veel criteria aan gekoppeld kunnen worden. Eén criterium is toegevoegd aan beroepscompetentie 14: arbeidscontracten afsluiten en beëindigen.
- **Handelen als kritisch consument.** De criteria zijn divers en dit blijkt uit waar er overeenkomsten zijn: bij een diversiteit aan beroepscompetenties. Wat duidelijk is, is dat dit aspect in meerdere beroepscompetenties terugkomt en dus al goed was ingebed in de oorspronkelijk geformuleerde competenties.

Sociale burgerschapscompetentie

De sociale burgerschapscompetentie is onderverdeeld in drie gebieden.

- **Samenleven/omgaan.** Dit aspect van de sociale burgerschapscompetentie bij diverse beroepscompetenties terug te vinden, wat niet onlogisch is gezien de criteria: ze vormen een belangrijk onderdeel van het kwalificatieprofiel.
- **Gebruik maken van voorzieningen en activiteiten.** Binnen meerdere competenties komt het aspect 'houden aan regels van voorzieningen en activiteiten' aan de orde. Het laatste criterium is breed geformuleerd en is daarom terug te vinden in meerdere beroepscompetenties.
- **Levensterreinen afstemmen.** Voor beide criteria binnen dit gebied geldt dat ze terug te vinden zijn bij een diversiteit aan beroepscompetenties.

Culturele burgerschapscompetentie

Voor de drie criteria van de culturele burgerschapscompetentie geldt dat ze goed terug te vinden zijn in meerdere criteria van beroepscompetentie 1 'promoot het bedrijf' en in 11 'managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen'. Maar ook bij andere beroepscompetenties komen ze aan bod (4 'onderhandelt over prijzen en voorwaarden' en 5 'maakt plan van aanpak').

Politieke burgerschapscompetentie

Ook voor deze burgerschapscompetentie geldt dat er diverse beroepscompetenties aan gekoppeld kunnen worden. Beroepscompetentie 3 'formuleert passend advies t.a.v. mediaproducten' en 11 'managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen' konden aan alle beheersingscriteria van de politieke burgerschapscompetentie gekoppeld worden.

Normatieve burgerschapscompetentie

Net als bij veel van de andere burgerschapscompetenties, geldt ook voor de normatieve burgerschapscompetentie, dat deze goed terug te vinden is in meerdere criteria van diverse beroepscompetenties. Competentie 3 'formuleert passend advies t.a.v. mediaproducten' springt eruit.

Organisatorische burgerschapscompetentie

Tenslotte de criteria van de organisatorische burgerschapscompetentie. Deze zijn goed terug te vinden in heel veel beroepscompetenties uit het kwalificatieprofiel, niet bepaald onlogisch voor een managementprofiel.

Talen

Nederlands

In het referentiedocument 'Talen in de kwalificatieprofielen' wordt gesteld (blz. 20) dat communicatie in het Nederlands een belangrijke vaardigheid is voor de werknemer op MBO-niveau. Dat geldt voor alle werknemers in alle sectoren. Van hen wordt verwacht dat zij met collega's en leidinggevenden het dagelijkse werk bespreken en conflicten oplossen, deelnemen aan werkoverleg, met klanten en leveranciers communiceren, werkrapporten schrijven en blijven op het vakgebied door tijdschriften en websites te raadplegen. Met Nederlands wordt bedoeld de moedertaal, voor leerlingen die van huis uit Nederlands spreken of de omgevingstaal - de taal van school en werk en van de openbare ruimte - voor leerlingen die thuis en in de familie- en vriendenkring geheel of gedeeltelijk een andere taal spreken.

Er is geen scherpe scheiding tussen het Nederlands als eerste of moedertaal (NT1) en het Nederlands als tweede taal (NT2); er is eerder sprake van een glijdende schaal. Aan de ene kant van die schaal staan leerlingen met Nederlands als moedertaal, aan de andere kant leerlingen die op latere leeftijd naar Nederland zijn gekomen en het Nederlands als een nieuwe taal hebben moeten leren. Daartussen bevindt zich de grote groep van leerlingen die in twee of meer talen leven. Deze leerlingen zullen over het algemeen extra inspanning moeten leveren om de voor het beroep benodigde taalvaardigheid te verwerven.

In de onderliggende beroepscompetentieprofielen bij dit kwalificatieprofiel zijn competenties opgenomen die het gebruik van Nederlands op een tamelijk hoog niveau onontbeerlijk maken: er dient vaardig te worden gecommuniceerd tijdens de werkzaamheden. Bovendien zijn in meerdere competenties beheersingscriteria opgenomen die impliceren dat de beheersing van de Nederlandse taal belangrijk is.

In het brondocument leren en burgerschap wordt Nederlands als hulpmiddel in verschillende domeinen genoemd. Het gaat dan bijvoorbeeld over zaken als samenwerken, informatie verwerven en verwerken, gebruik maken van media en hulpbronnen, deelnemen aan bijeenkomsten en besprekingen, reflecteren, doelen stellen, functioneren als werknemer en kiezer. Het gaat ook om leren in het MBO en om levenslang leren in arbeid en maatschappij. Om dit alles te kunnen uitvoeren is taalvaardigheid

nodig. Het brondocument leren en burgerschap expliciteert de benodigde taalvaardigheid echter niet en geeft evenmin informatie over het niveau van taalvaardigheid Nederlands dat moet worden nagestreefd voor de verschillende opleidingsniveaus in het MBO.

Door het ontbreken van een instrumentarium wordt geadviseerd gebruik te maken van het taalcompetentieprofiel van het CEFRL (Common European Framework of Reference Languages).

Het geadviseerde plaatje voor Nederlands niveau 3 en 4 (blz. 28) ziet er als volgt uit:

	Luisteren	Lezen	Gesprekken voeren	Spreken	Schrijven
C2					
C1					
B2					
B1					
A2					
A1					

Dit advies past wat betreft de Nederlandse taal bij de competenties die geformuleerd zijn voor het kwalificatieprofiel Mediamanagement, zij het dat ook voor gesprekken voeren eigenlijk een niveau C1 aangehouden moet worden. Voor de mediamanager is dit een essentieel onderdeel van zijn beroep. De Nederlandse taal zal niet apart aan bod komen maar is verweven in veel competenties.

Moderne vreemde talen

Het Raamwerk MVT zegt over moderne vreemde talen het volgende. Analyse van de taaltaken in een aantal beroepssectoren en van de huidige eindtermen voor de talen in het MBO geeft een beeld van de niveaus waarop we de taalcompetentie van de MBO-schoolverlater moeten plaatsen. Over het algemeen zullen leerlingen die opleidingen op niveau 1/2 volgen, in een vreemde taal niet verder komen dan het A2-niveau. Voor leerlingen op niveau 3/4 is het B1-niveau haalbaar en gezien hun toekomstig functioneren ook wenselijk. Voor leerlingen in een aantal sterk talige sectoren zal het nodig zijn om al als schoolverlater in enkele vaardigheden een niveau te halen dat B1 overstijgt. Een volledig B2-niveau zal gezien de eisen t.a.v. correctheid en vloeiendheid bij het B2-niveau over het algemeen niet mogelijk zijn. We hebben het over een tussenniveau: B1+/ B2.1.

Recent is door het NAB-MVT een onderzoek uitgevoerd naar het talenonderwijs in Nederland (*Vreemde talenonderwijs in Nederland. Een situatieschets*, nov. 2003). Uit dat onderzoek kwam onder andere naar voren dat het B2-niveau eigenlijk op HBO-niveau geplaatst zou moeten worden en zelfs daar meestal niet gehaald wordt voor alle vaardigheden. Voor sommige talen wordt zelfs op academisch niveau een schrijfvaardigheid op B2 niet gehaald. Deze gegevens onderbouwen een algemene positionering van de taalvaardigheid van de MBO-schoolverlater in het A2/B1+ gebied.

Het advies in het referentiedocument t.a.v. welke niveaus voor de vreemde talen in het MBO bereikt moeten worden is voor niveau 3 en 4:

	Luisteren	Lezen	Gesprekken voeren	Spreeken	Schrijven
C2					
C1					
B2					
B1					
A2					
A1					

Het advies kan voor Mediamanagement worden overgenomen. Wel met de beperking dat het om één moderne vreemde taal gaat, namelijk Engels. Een tweede moderne vreemde taal wordt niet wenselijk geacht gezien de breedte en zwaarte van het kwalificatieprofiel. Een tweede moderne vreemde taal zou ten koste gaan van de direct beroepsgerelateerde onderdelen en die zijn al beperkt tot het minimaal noodzakelijke.

12.5 Borging van de kwaliteit van examinering

De invoering van de competentiegerichte kwalificatiestructuur zal onderwijsinstellingen dwingen na te denken over de inrichting van het onderwijsproces en de bijbehorende examinering. Het ontwikkelen van competenties, zeker als deze uitgaan van een integraal concept, zal middels een bepaalde methodiek en didactiek plaats gaan vinden. Elke onderwijsinstelling zal hiervoor eigen concepten ontwikkelen. Als het onderwijsconcept verandert, verandert ook de daaraan gerelateerde beoordelingssystematiek en daarmee de wijze waarop de examinering zal plaats vinden. Onderwijsinstellingen zullen middels de BTG de paritaire commissie inzage geven in de wijze waarop de examinering vorm heeft gekregen. De achterliggende gedachte is dat daarmee de kwaliteit van de examinering bewaakt kan worden.

Om de onderwijsinstellingen op weg te helpen bij de inrichting van de examensystematiek, volgen hier een aantal adviezen die, volgens de mening van de paritaire commissie, wellicht een bijdrage kunnen leveren aan het beoordelen van competenties. De adviezen zijn niet limitatief noch voorschrijvend, maar kunnen wel de richting van denken aangeven.

Aanbevelingen bij de examinering.

1. Daar waar theorie en praktijk geïntegreerd worden aangeboden, is het aan te bevelen dit ook geïntegreerd te toetsen.
2. Het is aan te bevelen om de beroepspraktijk, daar waar mogelijk, te betrekken bij de inrichting van het onderwijsproces. Dat geldt zeker voor de beroepspraktijkvorming. En derhalve ook bij de beoordeling daarvan. Hoe en in welke vorm kan per leer- en praktijksituatie en per kwalificatieprofiel verschillen.
3. Het is aan te bevelen om te gaan werken met portfolio's, waarin de voortgang en de resultaten van de deelnemer worden beschreven en de behaalde resultaten aangetoond worden. Daarnaast is het van belang om daarin de eventuele verkregen EVC's aan te tonen.
4. Het is aan te bevelen om meerdere beoordelaars te betrekken bij de examinering. Dat kan zowel van de eigen onderwijsinstelling zijn, een collega school of personen uit de beroepspraktijk.

Elke onderwijsinstelling dient een Onderwijs- en Examenreglement op te stellen en de kwaliteit van de examinering te waarborgen. De kwaliteit van de examinering wordt extern gecontroleerd door het KCE. Op basis van een periodiek onderzoek bepaalt het KCE of de school voldoet aan de gestelde eisen. De rapportages zijn openbaar en kunnen door de paritaire commissie worden geraadpleegd.

12.6 Doorstroomrechten

De meest voor de hand liggende instroom naar dit kwalificatieprofiel is vanuit VMBO theoretische of gemengde leerweg. In voorkomende gevallen kan een school hiervan afwijken. Het kan voorkomen dat een leerling met een lagere vooropleiding toch voldoet aan de vereisten om tot de opleiding toegelaten te worden bijvoorbeeld als gevolg van informeel leren.

Vanuit MBO Printmedia niveau 3 is doorstroom mogelijk. Waarschijnlijk is extra studietijd nodig.

Voor doorstroom naar het HBO sluit Technische Bedrijfskunde bij Avans Hogeschool (voorheen Hogeschool Brabant) nauw aan met o.a. de opleiding Grafisch Management. Ook andere HBO onderwijsinstellingen geven sinds enige tijd opleidingen in deze richting, bijvoorbeeld de Hogeschool Van Amsterdam cluster Creatie & Media met de opleidingen Reclame, Marketing- en Communicatiemanager en Uitgever/Marketingmanager, HKU met Arts and Media Management, Christelijke Hogeschool Nederland met Media & Entertainment Management, Hanzehogeschool Groningen richting Communicatie & Media met Informatiedienstverlening en -management en International Communication, Hogeschool INHOLLAND met Media & Entertainment Management, Hogeschool Rotterdam sector Grafimediotechnologie richting Management.

12.7 Het proces van totstandkoming van het kwalificatiedossier

In de totstandkoming zijn een aantal fasen te onderscheiden. Elke fase wordt hieronder toegelicht.

1. *Eerste bijeenkomst met mensen uit het bedrijfsleven (januari 2004)*
Nadat de beroepscompetentieprofielen door onderwijskundigen van Kenniscentrum GOC inhoudelijk met elkaar zijn vergeleken, is er in januari 2004 een bijeenkomst geweest met mensen uit het bedrijfsleven. In deze bijeenkomst is een eerste selectie gemaakt van kerntaken en competenties uit de beroepscompetentieprofielen die relevant zijn voor een beginnend beroepsbeoefenaar Mediamanagement. Deze selectie is door onderwijskundigen van Kenniscentrum GOC verder uitgewerkt in een voorlopig voorstel voor het kwalificatieprofiel.
2. *Eerste docentenbijeenkomst (maart 2004)*
Het voorlopig voorstel voor het kwalificatieprofiel dat samen met mensen uit het bedrijfsleven is opgesteld, diende als vertrekpunt voor de eerste docentenbijeenkomst in maart 2004. Vakdocenten van alle scholen van de achterban van Kenniscentrum GOC waren uitgenodigd. In deze bijeenkomst is aandacht besteed aan de achtergrond van het landelijke competentiegebeuren en aan de kerntaken uit het voorlopige voorstel voor het kwalificatieprofiel. De besproken punten zijn later door onderwijskundigen van Kenniscentrum GOC verwerkt, waarna de docenten de mogelijkheid kregen om de wijzigingen met hun achterban te bespreken. Deze werkwijze werd bij alle volgende bijeenkomsten gehanteerd.
3. *Tweede docentenbijeenkomst (april 2004)*
In de tweede docentenbijeenkomst is opnieuw gekeken naar de kerntaken en naar een deel van de competenties uit het kwalificatieprofiel. De competenties zijn zoveel mogelijk vertaald naar het niveau van een beginnend beroepsbeoefenaar.
4. *Derde docentenbijeenkomst (mei 2004)*
In de derde bijeenkomst is gekeken naar de resterende competenties uit het kwalificatieprofiel en zijn de voorlopig laatste wijzigingen in de competenties aangebracht. Tevens is besproken of het nodig/wenselijk was om het kwalificatieprofiel Mediamanagement aan te vullen met competenties over financiën.
5. *Vierde docentenbijeenkomst (juni 2004)*
In de vierde bijeenkomst is onder andere aandacht besteed aan de vraag of er differentiaties wenselijk waren en zo ja, welke.
6. *Vijfde docentenbijeenkomst (september 2004)*
Na de vakantieperiode is de verdere ontwikkeling van het kwalificatieprofiel weer opgepakt. In de vijfde bijeenkomst is gediscussieerd over de invulling van de voorgestelde differentiaties. De voorstellen uit de vorige bijeenkomsten bleken niet te werken. In deze bijeenkomst is geprobeerd om de differentiaties op een andere manier vorm te geven. Er is een begin gemaakt met de uitwerking van het nieuwe voorstel.
7. *Zesde en laatste docentenbijeenkomst (oktober 2004)*
In de laatste docentenbijeenkomst zijn de differentiaties en de daarbij horende competenties definitief geformuleerd. Daarnaast is aandacht besteed aan de naamgeving van het kwalificatieprofiel en de uitstroombifferentiaties en aan de algemene competenties.
8. *Kwalificatiedossier nader invullen en uitwerken (november 2004)*
In november en december 2004 hebben onderwijskundige medewerkers van Kenniscentrum GOC het kwalificatiedossier verder ingevuld. Hier en daar zijn zaken via de mail teruggekoppeld aan de docenten die bij de ontwikkeling van het kwalificatieprofiel waren betrokken. Zaken als talen en examinering zijn ingevuld met behulp van documenten en informatie van COLO.

Het is de bedoeling dat het bedrijfsleven nogmaals wordt betrokken bij het kwalificatieprofiel. De belangrijkste punten die aan de orde zullen komen zijn: hoe gaat het competentiegerichte onderwijs eruit zien met name wat betreft de beroepspraktijkvorming en welke ontwikkelingen doen zich voor in de beroepspraktijk die van invloed kunnen zijn op het onderwijs.

N.B. Van alle bijeenkomsten zijn verslagen gemaakt.

Op 11 januari 2005 is het dossier in de paritaire commissie besproken en zijn kleine aanpassingen geadviseerd. In de vergadering van 18 april is het aangepaste dossier goedgekeurd.

Competentiegericht leertraject binnen de nominale studieduur

De verwachting is dat scholen op basis van dit profiel een competentiegericht leertraject met bijbehorend examen zullen kunnen organiseren. In een aantal bijeenkomsten is deze vraag uitgewerkt waarbij is opgemerkt dat pas in de proeftuinen echt kan worden ingevuld hoe dit er concreet uit komt te zien. De paritaire commissie is van mening dat het een zaak van het onderwijs is om hierover uitspraken te doen. Dit wordt gezien als een lastig punt, omdat nog geen criteria gesteld zijn waaraan een competentiegericht leertraject moet voldoen.

Het profiel kan binnen de nominale studieduur voor het betreffende diplomaniveau in een onderwijsprogramma worden uitgevoerd. Uitgangspunt bij de ontwikkeling van het profiel was een studieduur van vier jaar. Met dit gegeven en de competenties van de ervaren beroepsbeoefenaar als referentiepunt is bepaald hoe ver leerlingen in vier jaar tijd gemiddeld kunnen komen tot een aanvaardbaar beheersingsniveau van een beginnend beroepsbeoefenaar.

Namen van betrokkenen bij de ontwikkeling van het kwalificatiedossier

Het kwalificatiedossier Mediamanagement is voorgelegd aan het onderwijs en het (georganiseerde) bedrijfsleven. Onderstaand staan de namen van betrokkenen vermeld.

Onderwijs

Frank van Es (Grafisch Lyceum Rotterdam)
David de Goede (Grafisch Lyceum Rotterdam)
Wietse Huitema (Friese Poort)
Arjen Jager (Grafisch Lyceum Amsterdam)
Rianne v.d. Meij (Grafisch Lyceum Rotterdam)
Joris Peeters (Grafisch Lyceum Utrecht)
Betje Stevens (De Eindhovense School)
Bert van Toor (Grafisch Lyceum Utrecht)
Jan Verduin (Grafisch Lyceum Amsterdam)

Bedrijfsleven

Ed van Dijk (StudioA Mediamelange, Den Haag)
Rijk van Essen (VDA-groep, Arnhem)
Jos van der Heijden (In2Media, Bennekom)
Niek Lambooy (Triple M Producties, Drogeropslagen)
Rens Logger (Ega Groep, Apeldoorn)

Met Arjen Molendijk van CMBO is afgesproken dat in het nieuwe jaar integraal de relevante kwalificatieprofielen zullen worden voorgelegd in een CMBO overleg. Dit is destijds ook gebeurd met de beroepscompetentieprofielen. De brancheorganisatie heette toen nog OPPO-MMBO.

DEEL 3: BRONDOCUMENTEN

(om praktische redenen worden de brondocumenten als papieren versie of digitaal bestand aan het dossier toegevoegd)