



Landelijke  
Kwalificaties MBO

## Mediamanagement

Crebonummer:	95400
Sector:	Kunst, Cultuur en Media
Branche:	Media & Communicatiebranche
Cohort:	Cohort 2011 - 2012

# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b>	3
<b>Deel A: Beeld van de beroepengroep</b>	4
<b>Deel B: De kwalificaties</b>	6
1 Inleiding	6
2 Algemene informatie	6
2.1 Colofon	6
2.2 Formele vereisten	7
2.3 Typering Beroepengroep	8
2.4 Loopbaanperspectief	9
2.5 Trends en innovaties	10
3 Overzicht van het kwalificatiedossier	12
4 Beschrijving van de kwalificaties	13
4.1 Mediamanager	14
5 Beschrijving van de kerntaken	16
5.1 Kerntaak 1: Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten	16
5.2 Kerntaak 2: Bereidt mediaproductie voor	17
5.3 Kerntaak 3: Coördineert mediaproductie	18
6 Totaal overzicht proces-competentie-matrices	19
6.1 Proces-competentie-matrix Kerntaak 1: Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten	20
6.2 Proces-competentie-matrix Kerntaak 2: Bereidt mediaproductie voor	21
6.3 Proces-competentie-matrix Kerntaak 3: Coördineert mediaproductie	22
<b>Deel C: Uitwerking van de kwalificaties</b>	23
1 Inleiding	23
2 Kwalificaties	23
2.1 Mediamanager	24
3 Certificeerbare eenheden	37
<b>Deel D: Verantwoording</b>	38
1 Inleiding	38
2 Proces- en inhoudsinformatie	39
2.1 Betrokkenen	39
2.2 Verwantschap	40
2.3 Vertaling beroepscompetentieprofielen in kwalificatiedossier	41
2.4 Nederlands, rekenen en moderne vreemde talen	42
2.5 Discussiepunten	44
2.6 Wijzigingen ten opzichte van de voorgaande versie	45
3 Ontwikkel- en onderhoudsperspectief	48

## Inleiding

Voor u ligt het kwalificatiedossier Mediamanagement. Dit dossier bestaat uit een aantal onderdelen.

In deel A wordt voor alle geïnteresseerden een korte omschrijving gegeven van de beroepengroep en de taken die de beroepsbeoefenaar zoal uitvoert en de competenties die hij/zij daarbij nodig heeft.

In deel B, de kwalificaties, worden op hoofdlijnen de diploma-eisen beschreven. Deze eisen geven samen weer wat de gediplomeerde moet kunnen als hij/zij op de arbeidsmarkt start.

In deel C wordt een uitwerking gegeven aan hetgeen in deel B is gesteld. Deel C is zowel inhoudelijk als methodologisch aan deel B gekoppeld, er is een één op één relatie tussen respectievelijk de kerntaken, de proces-competentie-matrices en de daarin opgenomen werkprocessen, de certificeerbare eenheden met deze entiteiten in deel C.

In deel D wordt verantwoording afgelegd over de totstandkoming van dit kwalificatiedossier. Ook vindt u hier de verwijzingen naar het voor dit dossier relevante bronnenmateriaal.

## Deel A: Beeld van de beroepengroep

### Mediamanagement

#### 1. Korte omschrijving

Bij de productie van media onderscheiden we drie vakgebieden: vormgeving, techniek en organisatie. De organisatie van de productie is in handen van de mediamanager. Hij kan werken bij communicatiebureaus, reclamebureaus, gespecialiseerde ontwerpbureaus en vormgevingstudio's, webdesignbureaus, multimediabedrijven, audiovisuele bedrijven, tv-productiebedrijven, drukkerijen en uitgeverijen. Vaak gebruiken die bedrijven eigen functiebenamingen.

De mediamanager is verantwoordelijk voor het leiden van (cross)mediaprojecten en -producties. Daarbij geeft hij functioneel leiding aan medewerkers en draagt hij verantwoordelijkheid voor het projectresultaat. Daarnaast is hij gericht op het bevorderen van de omzet van (cross)media-uitingen en productgroepen.

Voor de mediamanager geldt dat de invulling van de functie verschilt per bedrijf. In kleine bedrijven is het takenpakket vaak veel breder dan in grote bedrijven.

#### 2. Om de opleiding te gaan volgen

Een mediamanager streeft altijd naar een zo hoog mogelijke kwaliteit. Vaak heeft hij te maken met een krap budget. Hij moet dus met beperkte middelen een zo goed mogelijk product kunnen leveren. Goede contactuele eigenschappen zijn ook van belang. Klantcontact en samenwerken met collega's behoren immers tot de dagelijkse werkzaamheden. Daarnaast moet hij zelfstandig en initiatiefrijk zijn. Hij moet goed kunnen analyseren en structureren. Het is immers belangrijk goed helder te krijgen wat de opdrachtgever precies wil.

#### 3. Aan het werk: wat wordt er van een mediamanager verwacht?

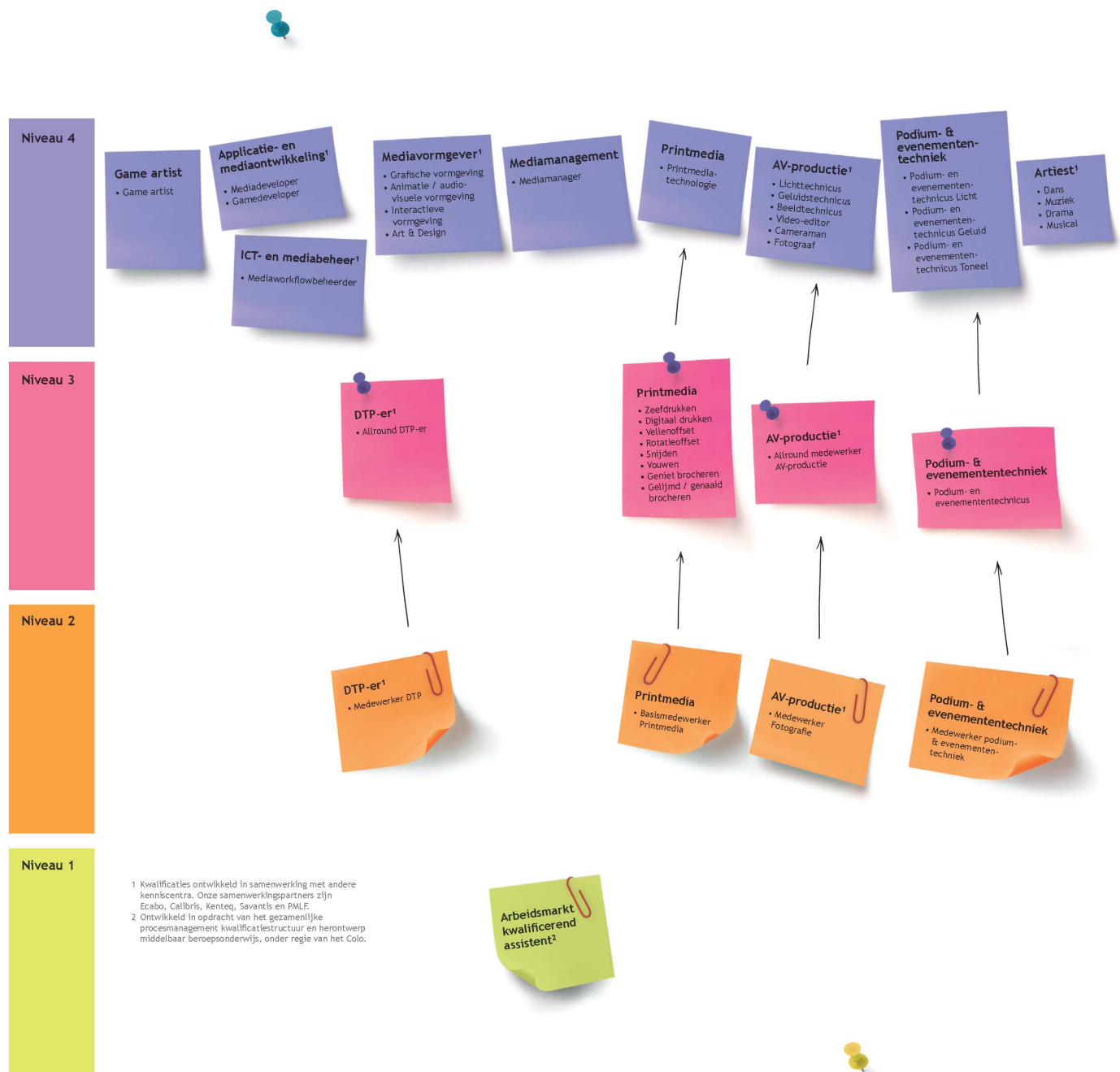
Van een mediamanager wordt verwacht dat hij:

- het bedrijf representeert, ook in de dagelijkse werkzaamheden
- wensen en behoeften van klanten en de markt achterhaalt
- adviseert over mediaproducten
- onderhandelt over prijzen en voorwaarden
- een plan van aanpak maakt
- de mediaproductie plant
- de medewerking van anderen én de aansprakelijkheid rond de productie regelt
- de projectfinanciën beheert
- tijd, middelen en informatiestromen managet
- kwaliteitszorg rond de mediaproductie waarborgt

Het kwalificatiedossier Mediamanagement behoort tot de kwalificatiestructuur van GOC.

# Creatieve industrie 2011-2012

## Kwalificaties van de competentiegerichte kwalificatiestructuur



## Deel B: De kwalificaties

### 1. Inleiding

Voor u ligt Deel B van het kwalificatiedossier Mediamanagement. In dit deel worden op hoofdlijnen de diploma-eisen beschreven voor:

- *Mediamanager*

### 2. Algemene informatie

#### 2.1 Colofon

Onder regie van	GOC
Ontwikkeld door	GOC in nauwe samenwerking met vertegenwoordigers van de branche en het middelbaar beroepsonderwijs
Verantwoording	Vastgesteld door: Bestuur GOCi (gezamenlijke opleidingen creatieve industrie) Op: 30-11-2010 Te: Veenendaal

## 2.2 Formele vereisten

Diploma(s)	Mediamanager - 4
In- en doorstroomrechten	<p>Voor instroom- en doorstroomrechten worden de wettelijke bepalingen aangehouden zoals vermeld in:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• de Doorstroomregeling VMBO-Beroepsonderwijs (ministerie van OCW, 2003)</li> <li>• WEB: Wet educatie en beroepsonderwijs (Staatsblad 501, 31 oktober 1995)</li> <li>• WHW: Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek, stb. 1992, 593)</li> </ul>
Certificeerbare eenheden	Nee
Wettelijke beroepsvereisten	Nee
Branche vereisten	Nee
Nederlands en rekenen	<p>In overeenstemming met de wet Referentieniveaus Nederlandse taal en rekenen zijn de voor het mbo vastgestelde referentieniveaus Nederlandse taal en rekenen van toepassing. De toewijzing van referentieniveaus aan mbo-opleidingen is als volgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• het referentieniveau 2F is van toepassing voor kwalificaties op niveaus 1, 2 en 3.</li> <li>• het referentieniveau 3F is van toepassing voor kwalificaties op niveau 4.</li> </ul>
Bron- en referentiedocumenten	<p>Onlosmakelijk met dit kwalificatiedossier voor het studiejaar 2011-2012 is het document 'Kwalificatie-eisen loopbaan en burgerschap in het mbo, studiejaar 2011-2012' verbonden. De kwalificatie-eisen die in dat document worden beschreven vormen samen met de kwalificatie-eisen in dit kwalificatiedossier de inhoudelijke vereisten voor het onderwijs en voor de verwerving van het diploma, die uit de wet voortvloeien. Het document is te vinden op <a href="http://www.kwalificatiesmbo.nl">www.kwalificatiesmbo.nl</a>.</p> <p>In dit kwalificatiedossier is gebruikgemaakt van het referentiekader Nederlandse taal en rekenen en het Europees Referentiekader voor moderne vreemde talen. Beide zijn te vinden op <a href="http://www.coördinatiepunt.nl">www.coördinatiepunt.nl</a>.</p> <p>De volgende brondocumenten vormen de basis voor dit dossier:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BCP Ordermanager creatieve industrie (30-07-2010)</li> </ul>

## 2.3 Typering beroepengroep

### *De sector*

De mediamanager werkt vaak bij bedrijven als communicatiebureaus, reclamebureaus, gespecialiseerde ontwerpbureaus en vormgeefstudio's, webdesignbureaus, multimedialbedrijven, audiovisuele bedrijven, tv-productiebedrijven, uitgeverijen en drukkerijen. Hij kan ook werkzaam zijn bij bedrijven met een aparte afdeling voor vormgeving, realisatie en/of vermarkten van media-uitingen. In de mediabranche zijn naar verhouding weinig grote en veel kleine bedrijven.

### *De context*

Bij de productie van media kunnen drie werkterreinen worden onderscheiden die complementair zijn: vormgeving, techniek en organisatie. Mediamanagement omvat het werkterrein organisatie.

### *Aard van de werkzaamheden*

De mediamanager is verantwoordelijk voor het leiden van (cross)mediaprojecten en -producties. De inhoud van het werk van de mediamanager kan per bedrijf verschillende accenten hebben, afhankelijk van de taakverdeling. In kleine bedrijven is de taakverdeling veel breder dan in grote bedrijven. Bij kleine en middelgrote bedrijven kan de mediamanager bijvoorbeeld ook verantwoordelijk zijn voor taken als businessdevelopment, verkoop en relatiebeheer, terwijl die bij grote bedrijven door een accountmanager worden uitgevoerd.

### *Essentiële beroepshouding*

In de mediabranche is kwaliteit leveren van groot belang. De mediamanager streeft er over het algemeen naar een zo hoog mogelijke kwaliteit te halen. Echter, er is altijd maar een beperkt budget beschikbaar. De mediamanager stelt zich daarom voortdurend de vraag: hoe kan ik een zo goed mogelijk product leveren met het beperkte budget dat ik heb?

Klantgerichtheid en goede communicatieve vaardigheden zijn onmisbaar, gezien alle partijen waar de mediamanager contact mee heeft. Hij is een teamspeler, die met de betrokken medewerkers de gewenste resultaten weet te boeken. Tegelijkertijd functioneert hij zelfstandig ten opzichte van zijn leidinggevende.

Ontwikkelingen in de mediabranche volgen elkaar in hoog tempo op. Het is cruciaal dat de mediamanager op de hoogte is van essentiële ontwikkelingen en in de uitvoering van werkzaamheden op die ontwikkelingen blijft inspelen. Hiertoe moet hij een beroepshouding ontwikkelen die ertoe leidt dat hij zijn beroepscompetenties blijft ontwikkelen. Hij doet dit door te reflecteren om zijn beroepsmatig handelen en door in kaart te brengen wat goed gaat en wat beter kan. Hij bepaalt welke beroepscompetenties hij verder moet ontwikkelen, welke activiteiten hij daartoe moet verrichten en verricht deze activiteiten in overleg met zijn leidinggevende.



## 2.4 Loopbaanperspectief

Meerdere HBO-instellingen bieden een managementopleiding aan op mediagebied die goed aansluit op Mediamanagement, bijvoorbeeld de opleiding Media en Entertainment Management.

Studenten kunnen na afronding van de opleiding mediamanager in verschillende beroepen terecht komen in het middenmanagement van mediabedrijven. Er bestaat in de praktijk een grote variatie aan mediabedrijven. Al die verschillende mediabedrijven hanteren hun eigen functiebenamingen, die daardoor onderling sterk kunnen verschillen. Voor functies waarin de mediamanager werkzaam kan zijn worden o.a. de volgende benamingen gebruikt: ordervoorbereider, productiebegeleider, traffic manager, projectcoördinator.

Doorstromen naar functioneren op HBO-niveau is overigens ook mogelijk via werkervaring. Er zijn veel mogelijkheden om zich blijvend verder te ontwikkelen.

## 2.5 Trends en innovaties

Hieronder worden enkele, voor de in dit kwalificatiedossier beschreven beroepen relevante ontwikkelingen beschreven. Het gaat hierbij om ontwikkelingen op de arbeidsmarkt en de beroepspraktijkvorming, ontwikkelingen in wetgeving en overheidsregulering en ontwikkelingen in de beroepsuitoefening zelf (b.v. technologische veranderingen of marktontwikkelingen in de sector). Deze ontwikkelingen worden beschreven om instellingen daarmee de mogelijkheid te bieden in de opleiding al rekening te houden met toekomstige veranderingen in de beroepsuitoefening.

Arbeidsmarkt en beroepspraktijkvorming	<p><b>Arbeidsmarkt</b> De mediamanager kan werkzaam zijn in het middenmanagement van verschillende soorten bedrijven in de mediabranche. Uit schoolverlatersonderzoek (2009) van het GOC blijkt dat ongeveer een derde terecht komt in de grafimediabranche, met name bij middelgrote en grote drukkerijen, een kwart bij reclamebureaus of multimediabedrijven, 10% bij uitgeverijen, en een derde op een communicatieafdeling van uiteenlopende grote bedrijven. Kennis van de branche en de betreffende sector zijn een voorwaarde om goed te kunnen functioneren als mediamanager. Meer informatie over het schoolverlatersonderzoek kan gevonden worden op: <a href="http://www.goc.nl/schoolverlatersonderzoek.aspx">http://www.goc.nl/schoolverlatersonderzoek.aspx</a>.</p> <p>De werkgelegenheid in middenmanagementfuncties groeit ten gevolge van ontwikkelingen als database publishing, web-to-print en direct mail (gepersonaliseerde communicatie). De werkgelegenheid verspreidt zich wel steeds meer over verschillende branches. De meeste baankansen hebben zich al geruime tijd verplaatst vanuit de grafimediabranche en de uitgeverijen naar de gehele creatieve industrie. Zodra de economie aantrekt wordt er een sterke toename van het aantal vacatures verwacht.</p> <p><b>Beroepspraktijkvorming</b> Momenteel is er een onderbenutting van het aanbod aan geaccrediteerde leerbedrijven (Bron: leerlingentelling CFI/ DUO; leerplaatsen GOC 2009/ 2010).</p>
Wetgeving en regelgeving	<p>Voor vrijwel alle functies in het middenmanagement van mediabedrijven wordt copyrightmanagement, met name voor de digitale content en toepassingen, steeds belangrijker. Het gaat dan niet alleen om wetgeving, maar meer nog om handhaving van die wetgeving. Het belang van authenticiteit, security en digital rights management neemt toe: toegankelijkheid van content, bescherming van de contentrechten en de privacy van de gebruikers moeten goed geregeld worden.</p> <p>Daarnaast zal de mediamanager die andere medewerkers aanstuurt kennis moeten hebben van arbowetgeving. Ten slotte zijn er mediabedrijven waarin de mediamanager en de mensen die hij aanstuurt met apparatuur werken, waarvoor specifieke wetgeving geldt op het gebied van milieu en veiligheid. Dit zijn met name de AV-bedrijven en grafische bedrijven.</p>
Ontwikkelingen in de beroepsuitoefening	<p>Belangrijke technologische ontwikkelingen van de laatste jaren zijn die op het gebied van crossmedia. Deze ontwikkelingen maken het mogelijk om vanuit één database meerdere media-uitingen te produceren. Als gevolg hiervan vindt er een verschuiving plaats van productiegericht produceren naar industriële procesbesturing en dienstverlening, waarbij er een essentiële rol is weggelegd voor het beheer van de digitale workflow. Ontwikkelingen op het gebied van crossmedia zijn van invloed op de werkzaamheden van de mediamanager, met name als het gaat om het laten aanleveren en het opslaan van content.</p> <p>De verwachting is dat de vraag naar totaaloplossingen en de invloed van internet op de werkzaamheden groter wordt. De integratie van user generated content in professionele producties neemt toe. Ook wat betreft cocreatie wordt een toename voorzien. Datzelfde geldt voor de productie van hybride content en de inzet van crossmedia-producties. Hij moet dan ook goed op de hoogte blijven van</p>

mogelijkheden en beperkingen die de techniek met zich meebrengt, om processen adequaat te kunnen aansturen.

Kostenbewust werken krijgt steeds meer aandacht. De druk om content zo goedkoop mogelijk te produceren neemt verder toe. Daarmee samenhangend neemt het belang van kwaliteitsmanagement toe: kostenbesparingen mogen niet leiden tot minder professionele content. Voor de mediamanager betekent dit, dat hij nog meer dan voorheen in staat moet zijn om efficiënt te werken en bij tegenslag oplossingen te vinden binnen een beperkt budget.

In audiovisuele bedrijven vereist de voortschrijdende digitalisering van netwerken en apparatuur voor opname, nabewerking, uitzending en opslag continu nieuwe investeringen in apparatuur en de ontwikkeling van kennis. De mate en het tempo waarin nieuwe investeringen nodig zijn hangen o.a. af van ontwikkelingen in aanpalende sectoren (distributienetwerken, omroepen, ICT-sector). Deze zullen vermoedelijk op termijn leiden tot een andere taakverdeling tussen omroepen en producenten.

Recent onderzoek van Frank Romano (Insight rapport CRD 2009) laat zien dat door de digitalisering en het toenemend aantal mediatechnieken er een integratie plaatsvindt tussen de disciplines marketing en communicatie, Webbeheer, IT en reproductie. De verwachting is dat steeds meer bedrijven hun eigen communicatie zullen gaan organiseren en hiervoor een professionele reproafdeling zullen inrichten ten behoeve van variabele-data-printing. De mediamanager heeft binnen deze interdisciplinaire samenwerking een grote toegevoegde waarde. De mediamanager zal hierdoor naast de technische realisatie van de communicatie activiteit, meer betrokken worden bij de commerciële kant ervan.

### 3. Overzicht van het kwalificatiedossier

Een kwalificatiedossier kan een of meerdere kwalificaties bevatten. Met behulp van onderstaande matrix wordt, door te markeren welke kerntaken en werkprocessen de verschillende kwalificaties gemeen hebben, duidelijk gemaakt waar de verwantschap tussen de verschillende kwalificaties zich bevindt en waar kwalificaties van elkaar verschillen.

Indien een dossier slechts 1 kwalificatie bevat, wordt in deze matrix alleen het overzicht gegeven van de kerntaken en werkprocessen die bij deze kwalificatie horen.

**Legenda:**

K1: Mediamanager

		Kwalificatie
Kerntaak	Werkproces	K1
Kerntaak 1: Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten		
	1.1 Representeert het bedrijf	x
	1.2 Achterhaalt wensen en behoeften van (potentiële) klanten	x
	1.3 Formuleert een passend advies t.a.v. mediaproducten	x
Kerntaak 2: Bereidt mediaproductie voor		
	2.1 Maakt een plan van aanpak (projectplan)	x
	2.2 Plant de mediaproductie	x
	2.3 Regelt de benodigde diensten en materialen	x
	2.4 Regelt de verwerking van materialen	x
Kerntaak 3: Coördineert mediaproductie		
	3.1 Managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen	x
	3.2 Managet oplevering mediaproducten	x

## 4. Beschrijving van de kwalificaties

In dit hoofdstuk worden de verschillende kwalificaties van dit kwalificatiedossier nader omschreven.

De kwalificaties welke deel uit maken van dit dossier zijn:

- *Mediamanager*

## 4.1 Mediamanager

### Algemene informatie

Context van de kwalificatie	De mediamanager werkt vaak bij bedrijven als communicatiebureaus, reclamebureaus, gespecialiseerde ontwerp bureaus en vormgeefstudio's, webdesignbureaus, multimediabedrijven, audiovisuele bedrijven, tv-productiebedrijven, uitgeverijen en drukkerijen. Hij kan ook werkzaam zijn bij bedrijven met een aparte afdeling voor vormgeving, realisatie en/of vermarkten van media-uitingen.
Typerende beroepshouding	<p>De mediamanager vindt het een uitdaging om altijd een zo hoog mogelijke kwaliteit te halen binnen een beperkt budget voor de (cross)mediaproductie. Denken in oplossingen en kostenbewustzijn zijn hierbij onmisbaar. Hij beschikt over organisatietalent en heeft een hands-on mentaliteit. Ook onder druk blijft hij goed functioneren.</p> <p>Klantgerichtheid en goede communicatieve vaardigheden zijn onmisbaar, gezien alle partijen waar de mediamanager contact mee heeft. Hij is een teamspeler, die met de betrokken medewerkers de gewenste resultaten weet te boeken. Tegelijkertijd functioneert hij zelfstandig ten opzichte van zijn leidinggevende.</p>
Niveau van de beroepsuitoefening	Niveau 4
Rol en verantwoordelijkheden	De inhoud van het werk van de mediamanager kan per bedrijf verschillende accenten hebben, afhankelijk van de taakverdeling. In kleine bedrijven is de taakverdeling veel breder dan in grote bedrijven. De mediamanager is in de eerste plaats verantwoordelijk voor het leiden van mediaprojecten/de mediaproductie. Daarnaast houdt hij zich bezig met het bevorderen van de omzet van media-uitingen/-productgroepen. Ook speelt hij een rol bij het managen van content (dit is de inhoud van de media-uiting). De mediamanager heeft een leidinggevende, maar voert zijn werkzaamheden zelfstandig uit.
Complexiteit	<p>De mediamanager heeft een diversiteit aan werkzaamheden waarvoor specialistische kennis en vaardigheden nodig zijn. Het is van groot belang dat hij voldoende marktkennis heeft in combinatie met kennis van (cross)mediale toepassingen/producten, productieprocessen en bedrijfsvoering. Hij moet over voldoende vakkennis beschikken om aansluiting te vinden, een gelijkwaardige gesprekspartner te zijn en om het productieproces goed te kunnen laten verlopen. Het werk van een mediamanager is niet routinematig: situaties, opdrachten, mogelijkheden en technieken veranderen voortdurend. Problemen moeten vaak snel worden opgelost. Dit vraagt flexibiliteit, aanpassingsvermogen, creativiteit en het vermogen om de eigen werkzaamheden goed te organiseren.</p> <p>Het doel van de mediamanager is om een zo hoog mogelijke kwaliteit te halen, binnen de beschikbare tijd en het vastgestelde budget. Dat budget kan beperkt zijn, dus de mediamanager moet steeds afwegen hoe hij binnen het budget het beste resultaat haalt. De gewenste kwaliteit is niet altijd haalbaar binnen het gestelde budget en het grootste afbreukrisico hangt hier direct mee samen. Wanneer de kwaliteit niet voldoet aan de verwachtingen, kan het bedrijf de betreffende klant verliezen. De mediamanager moet klanten zo goed mogelijk tevreden stellen, tegelijkertijd moet hij ervoor waken dat financiële tekorten ontstaan die voor rekening komen van het bedrijf.</p>
Wettelijke beroepsvereisten	Nee
Branche vereisten	Nee
Nederlands en (moderne) vreemde talen, rekenen en wiskunde	In overeenstemming met de wet Referentieniveaus Nederlandse taal en rekenen zijn de voor het mbo vastgestelde referentieniveaus Nederlandse taal en rekenen van toepassing. Voor deze kwalificatie zijn het referentieniveau Nederlands en het

	referentieniveau rekenen vastgesteld op 3F. De beroepseisen ten aanzien van Nederlands en rekenen zijn beschreven in deel C van dit dossier.
--	--

	De beroepseisen ten aanzien van een (moderne) vreemde taal (of talen) zijn beschreven in deel C van dit dossier. Het betreft Engels.
--	--

## 5. Beschrijving van de kerntaken

In dit hoofdstuk zijn de verschillende kerntaken in dit kwalificatiedossier beschreven.

### 5.1 Kerntaak 1: Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten

Kerntaak 1 Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten	Werkprocessen bij kerntaak 1	
<p>Beschrijving kerntaak:</p> <p>De mediamanager maakt reclame door het bedrijf in ontmoetingen met de klant te representeren. Hij attendeert de klant op de diversiteit aan producten en diensten die het bedrijf levert en geeft informatie over deze producten en diensten. Hij signaleert (potentiële) klantvragen bij lopende opdrachten en speelt deze door aan de hiervoor verantwoordelijke collega.</p> <p>De mediamanager volgt ontwikkelingen in het vakgebied, o.a. door contact te onderhouden met branchegeenoten. Hij zoekt uit welke ontwikkelingen in de creatieve industrie relevant zijn voor zijn werk en zijn (potentiële) klanten. Hij bespreekt nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden met klanten, vraagt wat hun wensen en behoeften zijn en registreert deze.</p> <p>De mediamanager vertaalt de behoefte van de klant/de markt in een voorstel voor (cross)mediaproduct of campagne. Vervolgens overlegt hij over vormgeving en functionaliteiten met de verantwoordelijke en over de technische realisatie met de hiervoor verantwoordelijke, en bespreekt de mogelijkheden in het projectteam met het oog op planning, afstemming, inzet en middelen. Daarna stelt hij een voorlopig advies op en bespreekt hij de mogelijkheden met de klant met het oog op doelgroep en gekozen medium. Hij verwerkt vervolgens eventuele wijzigingen n.a.v. het overleg met de klant in het definitieve advies, dat hij ten slotte aan de klant presenteert.</p>	1.1	Representeert het bedrijf
	1.2	Achterhaalt wensen en behoeften van (potentiële) klanten
	1.3	Formuleert een passend advies t.a.v. mediaproducten



## 5.2 Kerntaak 2: Bereidt mediaproductie voor

Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor	Werkprocessen bij kerntaak 2	
<p>Beschrijving kerntaak:</p> <p>De mediamanager stemt de mogelijke aanpak van de mediaproductie af met het projectteam. Hij bespreekt aan de hand van het goedgekeurde advies de kaders met betrekking tot de vormgeving, functionaliteiten en technische realisatie met het projectteam. Ook bespreekt hij met hen de uit te voeren activiteiten en de inzet van materialen en middelen. Daarnaast signaleert hij juridische zaken rond een productie. Hij houdt rekening met de gebruiksrechten, toestemming en/of aansprakelijkheid en hij komt op voor eigen rechten bij gebruik/misbruik van concepten, producten en diensten door derden. Hij stemt het budget af met de leidinggevende. Op basis van de verkregen informatie maakt hij een plan van aanpak.</p> <p>De mediamanager stelt binnen een project de werkzaamheden, middelen, doorlooptijd en deadlines vast voor de mediaproductie en stelt prioriteiten aan de werkzaamheden. Hij bepaalt welke specialismen ingezet moeten worden, regelt de taakverdeling en de afstemming in het (project)team. Hij plant de inzet van mensen. Hij zorgt daarbij voor een reële workload/takenpakket en neemt in de planning ruimte op voor eventuele onvoorziene situaties. Tevens plant hij de inzet van middelen en alle andere elementen voor de projectvoering/(cross)mediaproductie. Hij legt de planning van de mediaproductie vast.</p> <p>De mediamanager stelt een overzicht op van de verschillende opties die hij heeft om diensten uit te besteden en bestanden en materialen in te kopen. Vervolgens vraagt hij offertes aan, die hij beoordeelt. Daarna onderhandelt hij over prijs, kwaliteit en leverings- en betalingsvoorwaarden. Na die onderhandeling sluit hij contracten af en koopt hij materialen, bestanden, diensten en mediaonderdelen in.</p> <p>De mediamanager regelt dat materialen op gestructureerde, gebruiksvriendelijke (en mediumneutrale) wijze worden verwerkt. Hij maakt duidelijk volgens welke technische specificaties de materialen moeten worden aangeleverd en maakt hierover afspraken. Hij verwerkt de materialen of delegeert de verwerking van materialen aan anderen.</p> <p>Toelichting:</p> <p>Werkproces 2.4: Bij de verwerking van materialen gebruikt hij, waar nodig, software voor contentmanagement.</p>	2.1	Maakt een plan van aanpak (projectplan)
	2.2	Plant de mediaproductie
	2.3	Regelt de benodigde diensten en materialen
	2.4	Regelt de verwerking van materialen

### 5.3 Kerntaak 3: Coördineert mediaproductie

Kerntaak 3 Coördineert mediaproductie	Werkprocessen bij kerntaak 3	
<p>Beschrijving kerntaak:</p> <p>De mediamanager voert overleg met betrokkenen over het projectverloop. Hij houdt in de gaten of betrokkenen zich aan gemaakte afspraken houden. Hij bewaakt de projectvoortgang, en grijpt in wanneer de voortgang en/of de oplevering van (tussen)producten in de knel komt. Ook bewaakt hij de financiën. Hij grijpt in als het budget dreigt te worden overschreden en hij komt met voorstellen om de financiële knelpunten op te lossen. Hij lost contentproblemen op of schakelt anderen hiervoor in. Hij verantwoordt werkzaamheden en beheert alle projectdocumenten en relevante (deel)producten. Hij evalueert het project en rapporteert over het projectverloop en resultaat aan zijn leidinggevende. Hij archiveert de content of delegeert de archivering van content aan anderen.</p> <p>De mediamanager gaat na of aangeleverde materialen en (tussen)producten aan de kwaliteitsvereisten van klant en bedrijf voldoen. Hij geeft tips, suggesties en voorstellen ter verbetering aan betrokkenen en signaleert fouten/onvolkomenheden. Ook regelt hij het herstel van fouten. Vervolgens regelt hij de oplevering van het product en stelt hij de tevredenheid van de klant vast. Bij klachten gaat hij na waar het fout is gegaan en komt hij met voorstellen tot een oplossing. Ook handelt hij klachten administratief af.</p> <p>Toelichting:</p> <p>Waar nodig, maakt hij gebruik van software voor contentmanagement.</p>	3.1	Managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen
	3.2	Managet oplevering mediaproducten

## 6. Totaal overzicht proces-competentie-matrices

In de proces-competentie-matrix wordt aangegeven welke competenties aangewend worden bij de uitvoering van de werkprocessen van een kerntaak. Dit wordt per kwalificatie aangegeven middels blokjes. Deze moet u van links naar rechts lezen. Indien de blokjes in de matrix niet zijn gevuld, zijn deze niet van toepassing op de desbetreffende kwalificatie.

## 6.1 Proces-competentie-matrix Kerntaak 1: Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten

Kerntaak 1 Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten		Competenties																								
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
		Beslissen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen	Omgaan met verandering en aanpassen	Met druk en tegenslag omgaan	Gedrevenheid en ambitie tonen	Ondernemend en commercieel handelen	Bedrijfsmatig handelen
Werkprocessen																										
1.1	Representeert het bedrijf							■	■		■								■						■	
1.2	Achterhaalt wensen en behoeften van (potentiële) klanten												■			■			■							
1.3	Formuleert een passend advies t.a.v. mediaproducten					■				■	■	■							■							

## 6.2 Proces-competentie-matrix Kerntaak 2: Bereidt mediaproductie voor

Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor		Competenties																									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	
		Beslissen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen	Omgaan met verandering en aanpassen	Met druk en tegenslag omgaan	Gedrevenheid en ambitie tonen	Ondernemend en commercieel handelen	Bedrijfsmatig handelen	
Werkprocessen																											
2.1	Maakt een plan van aanpak (projectplan)					■					■	■															
2.2	Plant de mediaproductie										■							■									
2.3	Regelt de benodigde diensten en materialen								■			■														■	
2.4	Regelt de verwerking van materialen											■						■									

## 6.3 Proces-competentie-matrix Kerntaak 3: Coördineert mediaproductie

Kerntaak 3 Coördineert mediaproductie		Competenties																								
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
		Beslissen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen	Omgaan met verandering en aanpassen	Met druk en tegenslag omgaan	Gedrevenheid en ambitie tonen	Ondernemend en commercieel handelen	Bedrijfsmatig handelen
Werkprocessen																										
3.1	Managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen					■		■			■							■				■	■			■
3.2	Managet oplevering mediaproducten																		■	■						



## **Deel C: Uitwerking van de kwalificaties**

### **1. Inleiding**

Deel C is vastgesteld door het bestuur van het kenniscentrum, op advies van de paritaire commissie beroepsonderwijs en bedrijfsleven. Het (beroeps)onderwijs en bedrijfsleven hebben in gezamenlijkheid besloten dat de nadere uitwerking van deel C het onderwijs een goede basis biedt om een beroepsopleiding op te bouwen.

In dit deel van het kwalificatiedossier wordt de informatie uit deel B gespecificeerd, voor elke kwalificatie. In de proces-competentie-matrices wordt specifiek per kwalificatie aangegeven welke competenties aangewend worden bij de uitvoering van de onderscheiden werkprocessen. In de detaillering van de matrices wordt verantwoord waarom en hoe deze competenties van toepassing zijn.

### **2. Kwalificaties**

#### **Detaillering proces-competentie-matrices**

In de detaillering van de matrices wordt duidelijk dat een bepaalde competentie van toepassing is, en wordt beschreven hoe die competenties worden aangewend ten behoeve van het resultaat van het werkproces. Per competentie kunnen meerdere componenten van toepassing zijn. Waar van toepassing, zijn kennis en vaardigheden vermeld welke nodig zijn voor competent gedrag, eventueel aangevuld met referenties (naar concrete geldende normen).

## 2.1 Mediamanager

### Kerntaak 1 Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten

#### Proces-competentie-matrix Mediamanager

Kerntaak 1 Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten		Competenties																			
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
		Beslissen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "Klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen
Werkprocessen																					
1.1	Representeert het bedrijf							X	X		X								X		
1.2	Achterhaalt wensen en behoeften van (potentiële) klanten													X			X		X		
1.3	Formuleert een passend advies t.a.v. mediaproducten					X				X	X	X							X		

#### Betekenis van de kerntaak voor deze kwalificatie

In deze matrix is per kerntaak aangegeven welke competenties aangewend worden bij de uitvoering van de werkprocessen voor deze kwalificatie. Dit is zichtbaar door middel van een kruisje in de matrix.



## **Detaillering proces-competentie-matrix Mediamanager**

<b>Kerntaak 1 Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten</b>			
<b>1.1 werkproces: Representeert het bedrijf</b>			
<b>Omschrijving</b>	De mediamanager maakt reclame door het bedrijf in ontmoetingen met de klant te representeren. Hij attendeert de klant op de diversiteit aan producten en diensten die het bedrijf levert en geeft informatie over deze producten en diensten. Hij signaleert (potentiële) klantvragen bij lopende opdrachten en speelt deze door aan de hiervoor verantwoordelijke collega.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Het bedrijf heeft meer naamsbekendheid en/of de (cross)mediaproducten hebben meer naamsbekendheid. Kennis, attitude en gedrag van de doelgroep veranderen mogelijk ten gunste van het aanbod [2] [2] Het woord 'mogelijk' geeft aan dat, hoe goed de mediamanager ook zijn best doet om klanten te werven, dit geen garantie is dat een mogelijke klant ook echt klant wordt.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Overtuigen en beïnvloeden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ideeën en meningen naar voren brengen en onderbouwen</li> </ul>	De mediamanager komt actief met ideeën en voorstellen over (cross)mediaproducten, hij geeft de klant concrete informatie en illustratieve voorbeelden, zodat de naamsbekendheid van het bedrijf en/of de (cross)mediaproducten worden vergroot.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Engels: mondeling en schriftelijk</li> <li>Kan de klant/markt actief benaderen</li> <li>Kan een klantgesprek voeren</li> <li>Kennis van het mediaproductieproces</li> <li>Kennis van mediaproducten</li> <li>Nederlands: mondelinge taalvaardigheid</li> </ul>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Communicatie op de ontvanger(s) richten</li> </ul>	De mediamanager gebruikt taal die past bij de doelgroep, zodat kennis, attitude en gedrag van de doelgroep mogelijk veranderen ten gunste van het aanbod.	
Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Behoeften en verwachtingen achterhalen</li> </ul>	De mediamanager inventariseert actief de wensen en behoeften van de klant/markt, hij doet dit volgens de richtlijnen van het bedrijf en communiceert op een klantvriendelijke en bij de situatie passende manier, zodat kennis, attitude en gedrag van de doelgroep mogelijk veranderen ten gunste van het aanbod.	
Ondernemend en commercieel handelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kansen en mogelijkheden identificeren en creëren</li> </ul>	De mediamanager signaleert kansen bij bestaande klanten/markten/ lopende opdrachten, hij attendeert de klant op de diversiteit aan producten die het bedrijf levert, zodat de verkoop van producten toeneemt.	
Relaties bouwen en netwerken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relaties opbouwen met mensen</li> <li>Relatienetwerk onderhouden en benutten</li> </ul>	De mediamanager investeert in het opbouwen van een goede relatie met klanten, hij gebruikt zijn relatienetwerk om producten en diensten van het bedrijf meer bekendheid te geven en de verkoop te stimuleren, zodat contacten met klanten worden benut voor de verkoop van diensten en producten.	

<b>Kerntaak 1 Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten</b>			
<b>1.2 werkproces: Achterhaalt wensen en behoeften van (potentiële) klanten</b>			
<b>Omschrijving</b>	De mediamanager volgt ontwikkelingen in het vakgebied, o.a. door contact te onderhouden met branchegeenoten. Hij zoekt uit welke ontwikkelingen in de creatieve industrie relevant zijn voor zijn werk en zijn (potentiële) klanten. Hij bespreekt nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden met klanten, vraagt wat hun wensen en behoeften zijn en registreert deze.		
<b>Gewenst resultaat</b>	De mediamanager heeft inzicht in welke ontwikkelingen in de creatieve industrie relevant zijn voor (potentiële) klanten. Het bedrijf heeft inzicht in de wensen en behoeften van (potentiële) klanten.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informatie genereren uit gegevens</li> </ul>	De mediamanager zoekt uit welke ontwikkelingen in de creatieve industrie relevant zijn voor zijn werk, zodat het bedrijf inzicht heeft in de wensen en behoeften van (potentiële) klanten in de creatieve industrie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kan actief contacten leggen met mensen buiten de organisatie</li> <li>Kan actueel inzicht in de mediabranche verwerven</li> <li>Kan een klantgesprek voeren</li> <li>Nederlands: leesvaardigheid</li> </ul>
Leren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vakkennis en vaardigheden bijhouden</li> </ul>	De mediamanager volgt ontwikkelingen in het eigen vakgebied via vakbladen, beurzen, internet, enz., door contacten te onderhouden met branche-/vakgenoten (via netwerken / kennisuitwisseling) en door de opgedane kennis te integreren in zijn werkzaamheden, zodat het bedrijf inzicht heeft in de wensen en behoeften van (potentiële) klanten in de creatieve industrie.	
Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Behoeften en verwachtingen achterhalen</li> </ul>	De mediamanager stelt de klant de juiste vragen, vraagt door indien nodig, stelt vervolgens de eigen blik op wensen en behoeften van de klant bij, zodat het bedrijf inzicht heeft in de wensen en behoeften van de klant.	

**Kerntaak 1 Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten****1.3 werkproces: Formuleert een passend advies t.a.v. mediaproducten**

<b>Omschrijving</b>	De mediamanager vertaalt de behoefte van de klant/de markt in een voorstel voor product of campagne. Vervolgens overlegt hij over vormgeving en functionaliteiten met de verantwoordelijke en over de technische realisatie met de hiervoor verantwoordelijke, en bespreekt de mogelijkheden in het projectteam met het oog op planning, afstemming, inzet en middelen. Daarna stelt hij een voorlopig advies en/of offerte op en bespreekt hij de mogelijkheden met de klant met het oog op doelgroep en gekozen medium. Hij verwerkt vervolgens eventuele wijzigingen n.a.v. het overleg met de klant in het definitieve advies en/of offerte, dat hij ten slotte aan de klant presenteert.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Er is een afgestemd(e) en passend(e) advies en/of offerte voor mediaproduct of campagne waarmee aan de verwachtingen van de klant wordt voldaan.</li><li>• Het advies en of de offerte is op een passende manier gepresenteerd aan de klant.</li></ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Afstemmen</li></ul>	De mediamanager overlegt over vormgeving en functionaliteiten met de hiervoor verantwoordelijke en over de technische realisatie met de hiervoor verantwoordelijke, bespreekt zo nodig de mogelijkheden in het projectteam met het oog op planning, inzet en middelen, zodat het advies is afgestemd met betrokkenen.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kan de kosten van de realisatie van een (cross)mediaproduct in kaart brengen</li><li>• Kan een klantgesprek voeren</li><li>• Kan een offerte maken</li><li>• Kennis van het mediaproductieproces</li><li>• Nederlands: mondelinge taalvaardigheid</li><li>• Nederlands: schrijfvaardigheid en taalverzorging</li><li>• Rekenen: getallen en verhoudingen</li><li>• Rekenen: meten en meetkunde</li></ul>
Presenteren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Op de toehoorder(s) / toeschouwer(s) inspelen</li></ul>	De mediamanager presenteert het advies in een gesprek aan de klant, hij stemt zijn presentatie af op de klant, en speelt in op zijn reacties, zodat de klant enthousiast wordt.	
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Communicatie op de ontvanger(s) richten</li><li>• Nauwkeurig en volledig rapporteren</li></ul>	De mediamanager stemt zijn formulering af op de klant en vermijdt onnodig vakjargon, hij verwerkt eventuele wijzigingen n.a.v. het overleg met de klant in het definitieve advies en/of offerte, zodat er een passend(e) advies/offerte is.	
Vakdeskundigheid toepassen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vakspecifieke mentale vermogens aanwenden</li></ul>	De mediamanager vertaalt de behoefte van de klant/de markt in een passend voorstel voor product of campagne (het kan hierbij gaan om crossmedia formats) en kiest daarbij de optimale mogelijkheden, zodat hij een passend voorstel kan maken.	
Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aansluiten bij behoeften en verwachtingen</li></ul>	De mediamanager bespreekt de mogelijkheden met de klant met het oog op doelgroep en gekozen medium om aan de verwachtingen van de klant te kunnen voldoen.	

## Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor

### Proces-competentie-matrix Mediamanager

Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor		Competenties																			
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
		Beoordelen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen
Werkprocessen																					
2.1	Maakt een plan van aanpak (projectplan)					x					x	x									
2.2	Plant de mediaproductie										x							x			
2.3	Regelt de benodigde diensten en materialen								x			x									
2.4	Regelt de verwerking van materialen											x						x			

### Betekenis van de kerntaak voor deze kwalificatie

In deze matrix is per kerntaak aangegeven welke competenties aangewend worden bij de uitvoering van de werkprocessen voor deze kwalificatie. Dit is zichtbaar door middel van een kruisje in de matrix.

## **Detaillering proces-competentie-matrix Mediamanager**

<b>Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor</b>			
<b>2.1 werkproces: Maakt een plan van aanpak (projectplan)</b>			
<b>Omschrijving</b>	De mediamanager stemt de mogelijke aanpak van de mediaproductie af met het projectteam. Hij bespreekt aan de hand van het goedgekeurde advies de kaders met betrekking tot de vormgeving, functionaliteiten en technische realisatie met het projectteam. Ook bespreekt hij met hen de uit te voeren activiteiten en de inzet van materialen en middelen. Daarnaast signaleert hij juridische zaken rond een productie. Hij houdt rekening met de gebruiksrechten, toestemming en/of aansprakelijkheid en hij komt op voor eigen rechten bij gebruik/misbruik van concepten, producten en diensten door derden. Hij stemt het budget af met de leidinggevende. Op basis van de verkregen informatie maakt hij een plan van aanpak.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Er is een realistisch plan van aanpak, dat is afgestemd en past bij het goedgekeurde advies.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afstemmen</li> </ul>	De mediamanager overlegt met het projectteam en stemt het budget af met zijn leidinggevende, om zo een goede afstemming te bereiken.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Heeft basiskennis van copyrights, auteursrechten en licenties</li> <li>Kan budgetteren</li> <li>Nederlands: schrijfvaardigheid en taalverzorging</li> <li>Rekenen: verbanden</li> </ul>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vlot en bondig formuleren</li> </ul>	De mediamanager formuleert scherp en kernachtig het plan van aanpak op basis van overleg met het projectteam en afstemming met de leidinggevende, zodat het plan van aanpak realistisch is.	
Vakdeskundigheid toepassen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vakspecifieke mentale vermogens aanwenden</li> </ul>	De mediamanager bepaalt op basis van het goedgekeurde advies aan de klant de kaders met betrekking tot de vormgeving, de functionaliteiten en de technische realisatie, zodat hij daarna een realistisch plan van aanpak kan maken dat past bij het goedgekeurde advies en/of de offerte.	

<b>Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor</b>			
<b>2.2 werkproces: Plant de mediaproductie</b>			
<b>Omschrijving</b>	De mediamanager stelt binnen een project de werkzaamheden, middelen, doorlooptijd en deadlines vast voor de mediaproductie en stelt prioriteiten aan de werkzaamheden. Hij bepaalt welke specialismen ingezet moeten worden, regelt de taakverdeling en de afstemming in het (project)team. Hij plant de inzet van mensen. Hij zorgt daarbij voor een reële workload/takenpakket en neemt in de planning ruimte op voor eventuele onvoorziene situaties. Tevens plant hij de inzet van middelen en alle andere elementen voor de projectvoering/(cross)mediaproductie. Hij legt de planning van de mediaproductie vast.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Er is een realistische planning, die is vastgelegd. Hierbij zijn alle noodzakelijke elementen op het juiste moment op de juiste plaats.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activiteiten plannen</li> <li>• Tijd indelen</li> <li>• Mensen en middelen organiseren</li> </ul>	De mediamanager plant en regelt de inzet van de juiste mensen en middelen, schat de benodigde tijd voor werkzaamheden realistisch in, is voorbereid op diverse scenario's en stelt prioriteiten, zodat er een realistische planning is die ervoor zorgt dat tijd en middelen optimaal worden benut en alle noodzakelijke elementen op het juiste moment op de juiste plaats zijn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kan de juiste mensen op de juiste plek zetten</li> <li>• Kan prioriteiten aanbrengen</li> <li>• Kan werkoverleg organiseren</li> <li>• Kennis van het mediaproductieproces</li> <li>• Weet hoe hij beschikbare middelen kan benutten</li> </ul>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nauwkeurig en volledig rapporteren</li> <li>• Structuur aanbrengen</li> </ul>	De mediamanager zorgt voor een nauwkeurige en volledige planning, hij registreert alle benodigde gegevens voor de projectvoering/mediaproductie op een logisch gestructureerde wijze, zodat de planning overzichtelijke en compleet is.	

<b>Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor</b>			
<b>2.3 werkproces: Regelt de benodigde diensten en materialen</b>			
<b>Omschrijving</b>	De mediamanager stelt een overzicht op van de verschillende opties die hij heeft om diensten uit te besteden en bestanden en materialen in te kopen. Vervolgens vraagt hij offertes aan, die hij beoordeelt. Daarna onderhandelt hij over prijs, kwaliteit en leverings- en betalingsvoorwaarden. Na die onderhandeling sluit hij contracten af en koopt hij materialen, bestanden, diensten en mediaonderdelen in.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Er zijn zo gunstig mogelijke prijzen en voorwaarden bereikt voor diensten en producten op basis van gevoerde onderhandelingen.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Overtuigen en beïnvloeden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Onderhandelen</li> </ul>	De mediamanager probeert uit onderhandelingen over prijs, kwaliteit en leverings- en betalingsvoorwaarden te halen wat realistisch gezien mogelijk is, zodat hij zo gunstig mogelijke prijzen en voorwaarden bereikt voor diensten en producten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kan financiële overzichten analyseren</li> <li>Kan materialen, bestanden en diensten inkopen</li> <li>Kennis van mediaproducten</li> <li>Nederlands: leesvaardigheid</li> <li>Rekenen: getallen en verhoudingen</li> </ul>
Vakdeskundigheid toepassen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vakspecifieke mentale vermogens aanwenden</li> </ul>	De mediamanager gebruikt zijn vaktechnisch inzicht om uitbestedings- en/of inkoopmogelijkheden en/of offertes te beoordelen, zodat er zo gunstig mogelijke prijzen en voorwaarden worden bereikt voor diensten en materialen.	
Bedrijfsmatig handelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kostenbewust handelen</li> </ul>	De mediamanager koopt materialen, bestanden, diensten en/of mediaonderdelen in volgens plan, teneinde zo gunstig mogelijke prijzen en voorwaarden te bereiken voor diensten en producten.	

<b>Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor</b>			
<b>2.4 werkproces: Regelt de verwerking van materialen</b>			
<b>Omschrijving</b>	De mediamanager regelt dat materialen op gestructureerde, gebruiksvriendelijke (en mediumneutrale) wijze worden verwerkt. Hij maakt duidelijk volgens welke technische specificaties de materialen moeten worden aangeleverd en maakt hierover afspraken. Hij verwerkt de materialen of delegeert de verwerking van materialen aan anderen.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Materiaal is gestructureerd, gebruiksvriendelijk (en mediumneutraal) verwerkt.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mensen en middelen organiseren</li> </ul>	De mediamanager stelt vast volgens welke technische specificaties het materiaal moet worden aangeleverd en maakt hierover afspraken met betrokkenen, zodat het aangeleverde materiaal op de juiste wijze kan worden verwerkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kan delegeren</li> <li>Kan omgaan met software voor contentmanagement</li> <li>Kennis van het mediaproductieproces</li> </ul>
Vakdeskundigheid toepassen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vakspecifieke mentale vermogens aanwenden</li> </ul>	De mediamanager gebruikt zijn vaktechnisch inzicht om te regelen dat materiaal op gestructureerde, gebruiksvriendelijke (en mediumneutrale) wijze wordt verwerkt (o.a. digitale opslag van data), zodat materiaal correct en handig is verwerkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kennis van mediaproducten</li> <li>Kent de technische specificaties om content op de juiste wijze te kunnen verwerken</li> </ul>



### Kerntaak 3 Coördineert mediaproductie

#### Proces-competentie-matrix Mediamanager

Kerntaak 3 Coördineert mediaproductie		Competenties																			
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
		Beoordelen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen
Werkprocessen																					
3.1	Managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen					X		X			X							X			
3.2	Managet oplevering mediaproducten																		X	X	

#### Betekenis van de kerntaak voor deze kwalificatie

In deze matrix is per kerntaak aangegeven welke competenties aangewend worden bij de uitvoering van de werkprocessen voor deze kwalificatie. Dit is zichtbaar door middel van een kruisje in de matrix.

## **Detaillering proces-competentie-matrix Mediamanager**

<b>Kerntaak 3 Coördineert mediaproductie</b>			
<b>3.1 werkproces: Managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen</b>			
<b>Omschrijving</b>	De mediamanager voert overleg met betrokkenen over het projectverloop. Hij houdt in de gaten of betrokkenen zich aan gemaakte afspraken houden. Hij bewaakt de projectvoortgang, en grijpt in wanneer de voortgang en/of de oplevering van (tussen)producten in de knel komt. Ook bewaakt hij de financiën. Hij grijpt in als het budget dreigt te worden overschreden en hij komt met voorstellen om de financiële knelpunten op te lossen. Hij lost contentproblemen op of schakelt anderen hiervoor in. Hij verantwoordt werkzaamheden en beheert alle projectdocumenten en relevante (deel)producten. Hij evalueert het project en rapporteert over het projectverloop en resultaat aan zijn leidinggevende. Hij archiveert de content of delegeert de archivering van content aan anderen.		
<b>Gewenst resultaat</b>	De voortgang van het project blijft gewaarborgd, tijd en middelen zijn optimaal benut, de kwaliteit van de mediaproductie blijft gewaarborgd en informatiestromen zijn in goede banen geleid.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mensen en middelen organiseren</li> <li>Voortgang bewaken</li> </ul>	De mediamanager benut beschikbare tijd en middelen effectief en efficiënt, regelt zaken nodig voor de projectvoortgang (bijv. inkoop materialen, bestanden, diensten) en beheert alle projectdocumenten en relevante (deel)producten, zorgt ervoor dat betrokkenen (intern, klant, derden) zich aan gemaakte afspraken houden, bewaakt de projectvoortgang en neemt maatregelen wanneer die in het geding is, zodat tijd en middelen optimaal zijn benut en (tussen)producten op tijd zijn opgeleverd.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kan duidelijk aangeven wanneer iets niet haalbaar is</li> <li>Kan een voor- en nacalculatie opstellen</li> <li>Kan evalueren</li> <li>Kan financiële overzichten analyseren</li> <li>Kan omgaan met software voor contentmanagement</li> <li>Kennis van het mediaproductieproces</li> <li>Kennis van projectmanagement</li> <li>Nederlands: mondelinge taalvaardigheid</li> <li>Rekenen: verbanden</li> <li>Weet hoe hij beschikbare middelen kan benutten</li> </ul>
Bedrijfsmatig handelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kostenbewust handelen</li> </ul>	De mediamanager bewaakt de financiën met het oog op verhouding kwaliteit – beschikbaar budget, controleert regelmatig of de gemaakte kosten op een project evenredig lopen met de uitgevoerde werkzaamheden, grijpt tijdig in indien het budget overschreden dreigt te worden en komt met voorstellen om financiële knelpunten op te lossen, zodat het project/de productie is vormgegeven binnen de grenzen van het budget.	
Met druk en tegenslag omgaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effectief blijven presteren onder druk</li> </ul>	De mediamanager houdt het hoofd koel bij onverwachte gebeurtenissen, hij blijft bij problemen in de projectvoortgang gericht op effectieve oplossingen, zodat de voortgang van het project gewaarborgd blijft.	
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nauwkeurig en volledig rapporteren</li> <li>Vlot en bondig formuleren</li> </ul>	De mediamanager zorgt voor een volledige en nauwkeurige verantwoording van de werkzaamheden (o.a. uren), het	

### Kerntaak 3 Coördineert mediaproductie

#### 3.1 werkproces: Managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen

		projectverloop en het resultaat, maakt snel de juiste keuzes uit alle informatiestromen en stelt vast wat hoofd- en bijzaken zijn, zodat informatiestromen in goede banen geleid zijn.	
Relaties bouwen en netwerken	<ul style="list-style-type: none"><li>• Relaties opbouwen met mensen</li><li>• Goede relaties behouden bij moeilijkheden</li></ul>	De mediamanager investeert in het opbouwen van een goede relatie met klanten, leveranciers en medewerkers van het eigen bedrijf, hij pakt onenigheid of ergenis tactvol en diplomatiek aan, zodat het contact met klanten, leveranciers en medewerkers van het eigen bedrijf goed verloopt.	
Omgaan met verandering en aanpassen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aanpassen aan veranderde omstandigheden</li></ul>	Als zaken anders gaan dan gepland (bijvoorbeeld doordat medewerkers ziek zijn of een leverancier te laat aanlevert) kan de mediamanager hier goed mee omgaan, hij is in staat om snel doelgerichte oplossingen en alternatieven te bedenken, zodat onder gewijzigde omstandigheden de productie (indien mogelijk) toch nog op tijd en binnen het budget wordt gerealiseerd.	
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Afstemmen</li><li>• Proactief informeren</li></ul>	De mediamanager overlegt met betrokkenen over het projectverloop, hij zorgt er uit zichzelf voor dat ze tijdig geïnformeerd worden en zich aan gemaakte afspraken houden, hij communiceert hierbij op heldere wijze, zodat betrokkenen weten wat er van hen verwacht wordt.	

**Kerntaak 3 Coördineert mediaproductie****3.2 werkproces: Managet oplevering mediaproducten**

<b>Omschrijving</b>	De mediamanager gaat na of aangeleverde materialen en (tussen)producten aan de kwaliteitsvereisten van klant en bedrijf voldoen. Hij geeft tips, suggesties en voorstellen ter verbetering aan betrokkenen en signaleert fouten/onvolkomenheden. Ook regelt hij het herstel van fouten. Vervolgens regelt hij de oplevering van het product en stelt hij de tevredenheid van de klant vast. Bij klachten gaat hij na waar het fout is gegaan en komt hij met voorstellen tot een oplossing. Ook handelt hij klachten administratief af.		
<b>Gewenst resultaat</b>	De gewenste kwaliteit wordt bereikt en kwaliteitszorg binnen het bedrijf is gewaarborgd.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Kwaliteit leveren	<ul style="list-style-type: none"><li>Kwaliteit- en productiviteitsniveaus bewaken</li></ul>	De mediamanager beoordeelt aangeleverde materialen en (tussen)producten op kwaliteitsvereisten van klant en bedrijf (ook als het gaat om crossmedia formats), signaleert fouten/onvolkomenheden en ziet er op toe dat ze hersteld worden, zodat de gewenste kwaliteit wordt bereikt.	<ul style="list-style-type: none"><li>Kan de kwaliteitsnormen van het bedrijf toepassen</li><li>Kan omgaan met klachten</li><li>Kennis van mediaproducten</li><li>Rekenen: meten en meetkunde</li></ul>
Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	<ul style="list-style-type: none"><li>"Klant"-tevredenheid in de gaten houden</li></ul>	De mediamanager stelt de tevredenheid van de klant over het op te leveren product vast, 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, zodat kwaliteitszorg binnen het bedrijf is gewaarborgd.	

### **3. Certificeerbare eenheden**

In dit dossier zijn geen certificeerbare eenheden opgenomen.

## Deel D: Verantwoording

### 1. Inleiding

De verantwoording bij het kwalificatiedossier heeft tot doel de ontwikkeling van het kwalificatiedossier toe te lichten en te verantwoorden.

Het is een verantwoording van de stappen die zijn gezet bij het opstellen van het kwalificatiedossier zodat voor derden de procesgang transparant is. Het is een toelichting op de keuzes die zijn gemaakt bij het opstellen van de kwalificaties, zodat voor gebruikers inzichtelijk is wat wel en niet in het kwalificatiedossier is opgenomen en waarom die keuzes zijn gemaakt. Het is een vooruitblik op het ontwikkelingsperspectief van de kwalificaties in het licht van de dynamiek op de arbeidsmarkt en de dynamiek in de relaties tussen opleidingsinstellingen en behoeften van het bedrijfsleven.

Het Verantwoordingsdocument is van en voor de gebruikers. De verantwoording helpt het beroepsonderwijs keuzes te maken bij de inrichting van het onderwijs, de inhoud van de beroepspraktijkvorming en de examinering. Voor het bedrijfsleven wordt inzichtelijk gemaakt wat de relatie is tussen hun 'eigen' beroepscompetentieprofiel en het uiteindelijke kwalificatiedossier. Daarbij zijn twee vertaalslagen aan de orde:

- de selectie van een, respectievelijk het verwant verklaren van meerdere beroepscompetentieprofielen
- de vertaling van vakvolwassen beroepsbeoefenaar naar beginnend beroepsbeoefenaar met inachtneming van de wettelijke beroepsvereisten

De verantwoording bestaat uit twee delen:

- Proces- en inhoudsinformatie
- Ontwikkel- en onderhoudsinformatie

In Proces- en inhoudsinformatie staat reflectie op het ontwikkelingsproces van het kwalificatiedossier centraal. Belangrijke thema's zijn wie in welke hoedanigheid betrokken is geweest bij de ontwikkeling van het kwalificatiedossier en welke onderwerpen en discussies aan de orde waren. Maar ook wat er in dit kwalificatiedossier gewijzigd is ten opzichte van het vorige dossier. In de Ontwikkel- en onderhoudsinformatie geven de betrokken partijen aan welke agenda voor de toekomst uit het overleg en de discussiepunten tussen alle partijen tijdens het tot stand komen van het kwalificatiedossier naar voren zijn gekomen.

## **2. Proces- en inhoudsinformatie**

### **2.1 Betrokkenen**

Dit kwalificatiedossier is ontwikkeld door het GOC (afdeling Onderzoek en Productontwikkeling).

Het onderliggende beroepscompetentieprofiel Ordermanager creatieve industrie is onder regie van het GOC ontwikkeld in samenwerking met bedrijven en vertegenwoordigers van de brancheorganisatie CMBO. Het beroepscompetentieprofiel is inhoudelijk gelegitimeerd door de brancheorganisatie CMBO en formeel gelegitimeerd door het bestuur van het GOC.

Voor de ontwikkeling van dit kwalificatiedossier is samengewerkt met vertegenwoordigers van het onderwijs, bedrijfsleven en de branche. Docenten van de volgende scholen zijn hierbij betrokken geweest:

- Grafisch Lyceum Rotterdam
- Mediacollege Amsterdam
- De Eindhovense School
- Grafisch Lyceum Utrecht
- ROC van Amsterdam Gooi en Vechtstreek
- ROC Ede A12

De paritaire commissie beroepsonderwijs bedrijfsleven GOC heeft het kwalificatiedossier Mediamanagement goedgekeurd.

De paritaire commissie beroepsonderwijs bedrijfsleven GOC bestaat namens het bedrijfsleven (gedelegeerde bevoegdheid) uit vier vertegenwoordigers van het GOC en drie vertegenwoordigers vanuit het onderwijs (Grafisch Lyceum Rotterdam, Mediacollege Amsterdam, De Eindhovense School).

Cohort 2011-2012:

Het kwalificatiedossier Mediamanagement is in 2010 besproken met de volgende scholen: Grafisch Lyceum Rotterdam, Mediacollege Amsterdam, De Eindhovense School, Grafisch Lyceum Utrecht, ROC van Amsterdam Gooi en Vechtstreek en ROC Ede A12. Tijdens docentenbijeenkomsten zijn de uitstromen, werkprocesbeschrijvingen, competenties, prestatie-indicatoren en vakkennis/vaardigheden aangepast. De wijzigingen zijn ook voorgelegd aan het bedrijfsleven/branche organisaties en de paritaire commissie.

## 2.2 Verwantschap

### *Verwantschap met andere kwalificatiedossiers binnen de CKS Creatieve Industrie*

De kwalificatiedossiers Mediamanagement, Applicatie- en Mediaontwikkeling, ICT- en Mediabeheer, AV-productie en Mediavormgever zijn allen gericht op de totstandkoming van een productie in de grafimedia/creatieve industrie en complementair. Mediamanagement richt zich op de organisatorische kant van de mediaproductie, Mediavormgever op de vormgeefkant en Applicatie- en Mediaontwikkeling, ICT- en Mediabeheer, en AV-productie op de technische kant. Een ander deel van de technische realisatie ligt bij Printmedia, namelijk daar waar het om druk- of printwerk gaat.

### *Verwantschap buiten de CKS Creatieve Industrie*

Het gaat bij Mediamanagement niet voornamelijk om algemene managementcompetenties. Sommige algemene managementcompetenties zijn weliswaar van belang voor mediamanagement, maar kunnen pas in combinatie met vakinhoudelijke aspecten zinvol in de beroepspraktijk worden ingezet. Het is daarom niet wenselijk om het kwalificatiedossier Mediamanagement met managementachtige kwalificatiedossiers van andere kenniscentra samen te voegen.



## 2.3 Vertaling beroepscompetentieprofielen in kwalificatiedossier

Bij de vertaling van het beroepscompetentieprofiel Ordermanager creatieve industrie naar het kwalificatiedossier Mediamanagement zijn de kerntaken en competenties uit het beroepscompetentieprofiel vertaald naar kerntaken en werkprocessen in het kwalificatiedossier. Hierbij is rekening gehouden met het verschil tussen een beginnend beroepsbeoefenaar en vakvolwassen beroepsbeoefenaar met drie tot vijf jaar ervaring. De vertaling van gevorderden- naar beginnenniveau zit hem vooral in het afzwakken van de kerntaken en werkprocessen.

Voor de vertaling van het beroepscompetentieprofiel Ordermanager creatieve industrie naar kwalificatiedossier Mediamanagement is samengewerkt met vertegenwoordigers van bedrijfsleven en onderwijs. Docenten van de volgende scholen zijn hierbij betrokken geweest:

- Grafisch Lyceum Rotterdam
- Mediacollege Amsterdam
- De Eindhovense School
- Grafisch Lyceum Utrecht
- ROC van Amsterdam Gooi en Vechtstreek
- ROC Ede A12

De paritaire commissie beroepsonderwijs bedrijfsleven GOC heeft de vertaling van beroepscompetentieprofiel Ordermanager creatieve industrie naar kwalificatiedossier Mediamanagement goedgekeurd.

De paritaire commissie beroepsonderwijs bedrijfsleven GOC bestaat namens het bedrijfsleven (gedelegeerde bevoegdheid) uit vier vertegenwoordigers van het GOC en drie vertegenwoordigers vanuit het onderwijs (Grafisch Lyceum Rotterdam, Mediacollege Amsterdam, De Eindhovense School).

## 2.4 Nederlands, rekenen en moderne vreemde talen

### 2.4.1 Mediamanager

#### *Nederlands*

Indicatief bevindt de beroepsinhoud van de Mediamanager zich op het volgende niveau:

- Mondelinge taalvaardigheid: 3F
- Leesvaardigheid: 3F
- Schrijfvaardigheid: 3F
- Taalverzorging en taalbeschouwing: 3F

#### Toelichting:

Om het niveau voor de beroepsuitoefening te bepalen zijn alle werkprocessen kritisch bekeken op taalelementen. Deze elementen zijn gekoppeld aan één of meerdere subdomeinen en aan het vereiste niveau. Enkele taalelementen zijn gebruikt om het vereiste niveau voor de beroepsuitoefening te verantwoorden.

#### Verantwoording niveau:

De keuze voor niveau 3F in het domein mondelinge vaardigheid is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp 1.1: Informeert de klant/de markt correct over (cross)mediaproducten;
- Wp 1.3: Bespreekt het advies met betrekking tot het mediaproduct.

De keuze voor niveau 3F in het domein Leesvaardigheid is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp 1.2: Volgt ontwikkelingen in het eigen vakgebied via o.a. vakbladen en internet;
- Wp 2.3: Beoordeelt offertes.

De keuze voor niveau 3F in het domein Schrijfvaardigheid is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp 1.3: Stelt een passend advies op voor een klant;
- Wp 2.1: Schrijft een plan van aanpak.

De keuze voor niveau 3F in het domein Taalverzorging en taalbeschouwing is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp 1.3: Stelt een passend advies op voor een klant;
- Wp 2.1: Schrijft een plan van aanpak.

#### *Rekenen*

Indicatief bevindt de beroepsinhoud van de Mediamanager zich op het volgende niveau:

- Getallen: 3F
- Verhoudingen: 3F
- Meten en meetkunde: 3F
- Verbanden: 3F

#### Toelichting:

Om het niveau voor de beroepsuitoefening te bepalen zijn alle werkprocessen kritisch bekeken op rekenkundige handelingen. Deze handelingen zijn gekoppeld aan één of meerdere subdomeinen en aan het vereiste niveau. Enkele rekenkundige handelingen zijn gebruikt om het vereiste niveau voor de beroepsuitoefening te verantwoorden.

#### Verantwoording niveau Rekenen:

De keuze voor niveau 3F in het subdomein Getallen is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende rekenkundige handelingen:

- Wp 1.3: Voert berekeningen uit om een passend advies op te kunnen stellen;
- Wp 2.3: Voert berekeningen uit om prijzen van leveranciers te kunnen vergelijken.

De keuze voor niveau 3F in het subdomein Verhoudingen is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende rekenkundige handelingen:

- Wp 2.3: Voert berekeningen uit om prijzen van leveranciers te kunnen vergelijken;

- Wp 3.1: Komt met voorstellen om financiële knelpunten op te lossen.

De keuze voor niveau 3F in het subdomein Meten en meetkunde is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende rekenkundige handelingen:

- Wp 1.3: Heeft inzicht in mogelijke media-uitingen, zowel 2D als 3D;
- Wp 3.2: Controleert de kwaliteit van zowel 2D (foto's, tekst) als 3D (3D-animaties, 3D-games, 3D-filmmateriaal) producten.

De keuze voor niveau 3F in het subdomein Verbanden is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende rekenkundige handeling:

- Wp 2.1: Berekent de kostprijs in relatie tot werkzaamheden en tarieven en maakt financiële overzichten voor het projectplan;
- Wp 3.1: Analyseert financiële overzichten en trekt conclusies.

### *Moderne vreemde talen - Engels*

Indicatief bevindt de beroepsinhoud van de Mediamanager zich op het volgende niveau:

- Luisteren: A2
- Lezen: A2
- Gesprekken voeren: A2
- Spreken: A2
- Schrijven: A2

Toelichting:

De keuze voor niveau A2 in het subdomein Luisteren is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp.1.1: Kan de belangrijkste punten in korte, duidelijke, eenvoudige informatie volgen;
- Wp 1.3: Begrijpt tijdens een gesprek met een klant korte, duidelijke, eenvoudige informatie.

De keuze voor niveau A2 in het subdomein Lezen is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp 1.2: Kan specifieke voorspelbare informatie vinden in korte, eenvoudige teksten in vakbladen en op internet;
- Wp 2.3: Kan korte, eenvoudige informatie in offertes begrijpen.

De keuze voor niveau A2 in het subdomein Gesprekken voeren is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp.1.1: Kan communiceren over eenvoudige, alledaagse zaken;
- Wp 1.3: Kan met een klant/collega eenvoudige en directe informatie uitwisselen.

De keuze voor niveau A2 in het subdomein Spreken is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp.1.1: Kan in eenvoudige bewoording simpele informatie doorgeven;
- Wp 3.1: Kan in eenvoudige bewoording simpele informatie rapporteren.

De keuze voor niveau A2 in het subdomein Schrijven is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalvaardigheden:

- Wp 1.3: Kan korte, eenvoudige informatie verwerken in een offerte;
- Wp 2.1: Kan korte, eenvoudige notities verwerken in een plan van aanpak.

## 2.5 Discussiepunten

*Discussiepunten die tijdens het ontwikkeltraject en uit de experimenten naar voren zijn gekomen*

De paritaire commissie kan zich goed vinden in de inhoud van dit kwalificatiedossier en is tevreden met de wijze waarop het samenvoegen van de uitstromen Media intermediair, Mediaproductie management en Mediacontent management heeft plaatsgevonden.

*Aansluiting VMBO/MBO*

In 2005 is gekeken naar de programmatische aansluiting tussen VMBO en MBO ("Programmatische aansluiting VMBO-MBO, stand van zaken september 2005"). Uit dit onderzoek blijkt dat er een goede aansluiting is van het MBO op het VMBO.

*Aansluiting MBO/HBO*

Doorstromen naar het HBO is vanuit deze opleiding mogelijk. Meerdere HBO-instellingen bieden een managementopleiding aan op mediagebied die goed aansluit op Mediamanagement, zoals de opleiding Media & Entertainment Management.

## 2.6 Wijzigingen ten opzichte van de voorgaande versie

Categorie	Kruis aan welke categorie van toepassing is :	Omschrijving
Categorie 1: Nieuw dossier		Dit dossier zat voorheen niet in de kwalificatiestructuur. Nadere toelichting is niet nodig.
Categorie 2: Nieuwe elementen	x	Dit betreft sterk gewijzigde dossiers waarop het Coördinatiepunt een ingangstoets heeft uitgevoerd. Er is sprake van nieuwe of samengevoegde kwalificaties, certificeerbare eenheden, bcp's, etc. Bij de toelichting hieronder bevindt zich een samenvatting van de wijzigingen in dit dossier.
Categorie 3: Wijzigingen		Er zijn zaken gewijzigd in een bestaand dossier. Bijvoorbeeld inhoudelijke wijzigingen in de kerntaakbeschrijving, veranderingen in competentiekeuzes en resultaatveranderingen in prestatie-indicatoren. Ook kleinere wijzigingen, zoals het toevoegen van matrices voor rekenen/wiskunde, het herstellen van spelfouten, herformuleringen die geen betekenisverschillen inhouden en beperkte tekstuele wijzigingen in de uitwerking van deel C vallen hieronder. Bij de toelichting hieronder bevindt zich een samenvatting van de wijzigingen in dit dossier.
Categorie 4: Ongewijzigd		Dossier is volledig ongewijzigd. Nadere toelichting is niet nodig.

### Waarom gewijzigd?

Eind 2009 bleek uit de input van het bedrijfsleven dat de oude beroepscompetentieprofielen (Manager Nieuwe media, Grafisch Manager, Multimedia Publisher) niet meer aansluiten bij de huidige beroepspraktijk. Er is daarom besloten tot herziening van de beroepscompetentieprofielen (BCP's). Naar aanleiding van het nieuwe BCP (Ordermanager creatieve industrie) zijn er een aantal wijzigingen doorgevoerd.

In 2008 heeft het Ministerie OCW het Coördinatiepunt de opdracht gegeven een overlap- en verwantschapsanalyse uit te voeren. Uit deze analyse kwam naar voren dat de uitstromen Media intermediair, Mediaproductie management en Mediacontent management veel overlap vertonen. Naar aanleiding van deze constatering en het nieuwe BCP is besloten de drie uitstromen samen te voegen.

Verder heeft het coördinatiepunt in 2009 aangegeven dat de beschrijving van een aantal prestatie-indicatoren nog niet voldoet aan de gestelde eisen. Deze prestatie-indicatoren zijn aangepast.

### Wat gewijzigd?

Uitstromen:

- Drie uitstromen zijn samengevoegd in één uitstroom. De naam van deze uitstroom is mediamanager.

Deel A:

- Beschrijving 'Beeld van de beroepengroep' is aangepast

Deel B:

- 'Oude' BCP's zijn als brondocument verwijderd. BCP Ordermanager creatieve industrie is toegevoegd als brondocument.

- 2.3 Typering beroepengroep: beschrijving 'De sector', 'Aard van de werkzaamheden' en 'Essentiële beroepshouding' zijn aangepast.

- 2.4 Loopbaanperspectief: beschrijving is aangepast.

- 2.5 Trends en innovaties: beschrijving 'Wetgeving en regelgeving' en 'Ontwikkelingen in de Beroepsuitoefening' zijn aangepast.

- 4.1 Beschrijving uitstroom 'Context van de kwalificatie', 'Typerende beroepshouding', 'Rol en verantwoordelijkheden' en 'Complexiteit' zijn gewijzigd.

- 5.1, 5.2, 5.3 De beschrijving van de kerntaken is aangepast.

Deel C:

- De kerntaken, werkprocessen, competenties en vakkennis en vaardigheden zijn deels gewijzigd. In het volgende overzicht staat per werkproces kort beschreven wat er ten opzichte van de vorige versie van het kwalificatiedossier is gewijzigd.

<b>Kerntaak 1 Bevordert omzet van media-uitingen/-productgroepen</b> Titel is gewijzigd: Levert een bijdrage aan de verkoop van mediaproducten	
Wp. 1.1 Promoot het bedrijf	Titel is gewijzigd: Representeert het bedrijf. Beschrijving is aangepast. Competenties toegevoegd: Ondernemend en commercieel handelen; Relaties bouwen en netwerken (n.a.v. BCP). PI aangepast van: Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten; Overtuigen en beïnvloeden. Vakkennis en vaardigheden aangepast.
Wp. 1.2 Analyseert wensen en behoeften van klanten/de mediamarkt	Titel is gewijzigd: 1.2 Achterhaalt wensen en behoeften van (potentiële) klanten. Beschrijving is aangepast. Gewenst resultaat is aangepast. PI aangepast van: Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten; Analyseren; leren. Vakkennis en vaardigheden aangepast.
Wp. 1.3 Formuleert een passend advies t.a.v. mediaproducten	Beschrijving is aangepast. Gewenst resultaat is aangepast. Extra component toegevoegd bij Formuleren en rapporteren. PI aangepast van: Formuleren en rapporteren; Presenteren; Samenwerken en overleggen. Vakkennis en vaardigheden aangepast.
Wp. 1.4 Regelt benodigde diensten en materialen	Werkproces is verplaatst naar kerntaak 2, is nu werkproces 2.3. Beschrijving is aangepast. PI aangepast van: Overtuigen en beïnvloeden; Vakdeskundigheid toepassen. Vakkennis en vaardigheden aangepast. PI aangepast van: Bedrijfsmatig handelen.
Wp 1.5 Pleegt acquisitie voor mediaproducten	Is verwijderd. Een beginnend beroepsbeoefenaar doet dit niet. Bevordert alleen de verkoop bij bestaande klanten, zie wp. 1.1.
<b>Kerntaak 2 Bereidt mediaproductie voor</b>	
Wp. 2.1 Maakt een plan van aanpak (projectplan)	Beschrijving is aangepast. PI aangepast van: Formuleren en rapporteren; Vakdeskundigheid toepassen. Vakkennis en vaardigheden aangepast.
Wp. 2.2 Plant de mediaproductie	Beschrijving is aangepast. Het resultaat is aangepast. PI aangepast van: Plannen en organiseren. Vakkennis en vaardigheden aangepast. Competentie toegevoegd: formuleren en rapporteren.
Wp. 2.3 Regelt de medewerking door derden en aansprakelijkheid rond een productie	Is verwijderd. Aansprakelijkheid rond een productie, zie wp 2.2, 2.3. WP 2.3 is nu: regelt de benodigde diensten en materialen.

Wp. 2.4 Beheert de financiën binnen het project	Is verwijderd. Staat in wp. 3.1.
Wp. 2.5 Regelt de verwerking van content	Is nu wp. 2.4. Titel is gewijzigd: Regelt de verwerking van materialen. Beschrijving werkproces en Gewenst resultaat zijn aangepast. PI aangepast van: Plannen en organiseren; Vakdeskundigheid toepassen. Vakkennis en vaardigheden aangepast.
Wp. 2.6 Bepaalt welke content geschikt is	Is verwijderd.
Wp. 2.7 Beheert content	Is verwijderd.
<b>Kerntaak 3 Coördineert mediaproductie</b>	
Wp. 3.1 Managet beschikbare tijd, middelen en informatiestromen	Beschrijving is aangepast. Competenties toegevoegd: Omgaan met verandering en aanpassen; Relaties bouwen en netwerken (n.a.v. BCP); samenwerken en overleggen (n.a.v. opmerking coördinatiepunt bij Plannen en organiseren). Competentie verwijderd: Vakdeskundigheid toepassen. PI aangepast van: Formuleren en rapporteren; Plannen en organiseren; Met druk en tegenslag omgaan. Vakkennis en vaardigheden aangepast. Component erbij bij formuleren en rapporteren: vlot en bondig formuleren.
Wp. 3.2 Borgt de kwaliteit van mediaproducten	Titel is aangepast: Managet oplevering mediaproducten. Beschrijving is aangepast. PI aangepast van: Kwaliteit leveren; Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten. Vakkennis en vaardigheden aangepast.
Wp. 3.3 Zorgt voor de naleving van veiligheids-, arbo- en milieuvoorschriften	Verwijderd. Impliciet bij 3.1.
Wp. 3.4 Stuurt interne/externe medewerkers aan	Verwijderd. Een beginnend beroepsbeoefenaar doet dit niet.

### 3. Ontwikkel- en onderhoudsperspectief

Onderwerp	Actie	Wie	Wanneer
Evaluatie kwalificatiedossier	Inventarisatie draagvlak en wensen van onderwijs, van brancheorganisaties en van leerbedrijven.	GOC/paritaire commissie in samenwerking met vertegenwoordigers van onderwijs en bedrijfsleven.	Jaarlijks

Om ontwikkelingen in de beroepsuitoefening te volgen wordt periodiek beroepenonderzoek gedaan door het GOC. Dit leidt tot vernieuwde bcp's. Waar nodig zal het kwalificatiedossier Mediamanagement daarop worden aangepast.

Jaarlijks wordt dit dossier geëvalueerd met o.a. docenten op inhoud en uitvoerbaarheid. Waar noodzakelijk, zullen wijzigingen worden doorgevoerd.