

Bachelorproef

*Waarom kan SEO en SEA ervoor
zorgen dat meer studenten de
bachelor Communicatie starten?*

*Shauni Stalpaert
Bachelor Communicatie, Howest
Promotor: Dirk Laverge
Academiejaar : 2023 - 2024*

Inhoudstafel

1 Voorwoord	5
2 Abstracts	7
3 Inleiding	12
Probleemstelling	
Onderzoeksvraag	
4 Literatuuronderzoek	16
5 Onderzoek	31
6 Eindconclusie	40
7 Communicatieproduct	45
8 Reflectie	60
9 Literatuurlijst	63
10 Bijlages	67
11 Toestemming publicatie	

VOORWOORD

1

Voorwoord

Na drie jaar van hard werken en toewijding ben ik aan het einde gekomen van mijn bachelor Communicatie. Met deze bachelorproef rond ik dit prachtige traject af door de vraag te onderzoeken op welke manier SEO en SEA kunnen bijdragen aan het aantrekken van meer studenten voor de bachelor Communicatie.

Naast het schrijven van deze bachelorproef heb ik ook een leerrijke stage gelopen bij Online Marketing Monkey. Met behulp van de fantastische collega's heb ik veel tricks van SEO en SEA onder de knie gekregen. Via deze weg wil ik hen bedanken voor de kansen die ze mij gegeven hebben. Elke kans was een stap dichterbij de opportuniteit om mijn digitale marketingkennis te laten groeien.

Doorheen de afgelopen drie jaar heb ik veel gelachen dankzij mijn medestudenten. Dankzij hen heb ik drie jaar veel steunpilaren gehad wanneer het even zwaar werd. Op hen kon ik altijd rekenen voor raad of een uitleg als ik iets niet snapte. Daarom wil ik iedereen met heel veel liefde bedanken om samen de afgelopen drie jaar elkaar te steunen en elkaar te helpen.

Hiernaast heb ik ook veel nieuwe zaken geleerd dankzij alle docenten die tot het uiterste zijn gegaan om ons alle kneepjes van het vak te leren. Ook al waren we soms niet al te gemakkelijk, ze bleven hun best doen om alles mee te geven. Dankjewel aan alle docenten om ons van veel zaken te laten proeven doorheen de bachelor.

Last but not least wil ik ook super graag mijn familie bedanken. Oma, dankjewel om mijn tweede thuis te zijn tijdens de examenperiodes. Zonder al jouw liefde zou ik de examenperiodes nooit zijn doorgekomen. Mama, dankjewel om al sinds het middelbaar mij te stimuleren om te studeren. Zonder dit zou ik nooit zo ver geraakt zijn in een schoolcarrière. Papa, dankjewel om mij steun te geven doorheen alles en naar mijn geklaag over school te luisteren. Ook nog een dikke dankjewel aan de plusfamilies. Iedereen heeft blijven geloven dat ik het kon en kijk nu, aan het laatste van mijn Communicatiebachelor. Tot slot een grote dankjewel aan al mijn vrienden, vriendinnen, familieleden en mijn vriend om mij doorheen alles te steunen.

Merci CM voor de prachtige jaren en al de nieuwe vriendschappen!

Merci familie en vrienden voor alle steun en geloof in mij!

Het is een traject geweest dat zeker niet vergeten zal worden!

ABSTRACT

2

Abstract

Er wordt steeds meer belang gehecht aan de praktische kant van de bachelor Communicatie. Dit gaf de meerderheid van de geïnterviewde studenten aan. Het is dus van belang om voor de bachelor Communicatie van Howest een goede SEO en SEA strategie te hebben voor de praktische ervaring.

Om meer studenten aan te trekken zal de bachelor aantrekkelijker moeten worden weergegeven in de zoekresultaten. Hierdoor is het belangrijk dat de opleidingspagina snel gevonden wordt op aantrekkelijkere woorden vergeleken met de normale zoektermen. Hieruit is volgende onderzoeksvraag gevormd: ***Waarom kan SEO en SEA ervoor zorgen dat meer studenten de bachelor Communicatie starten?***

Uit het literatuuronderzoek kan er worden geconcludeerd dat het belang aan digitale marketeers in de communicatiesector steeds belangrijker wordt. Online communicatie is steeds meer een belangrijk gegeven in de maatschappij. Om meer inzicht te krijgen over 'de reden waarom studenten kiezen voor de bachelor Communicatie' hebben er een negental interviews plaatsgevonden met huidige communicatiestudenten.

Naast de 'de reden waarom studenten kiezen voor de bachelor Communicatie' is het ook belangrijk om te weten te komen welke zoektermen een hoog zoekvolume hebben om een nieuwe studiekeuze te maken. Voor deze reden heeft dan ook een mini-zoekwoordenonderzoek plaatsgevonden.

Om de onderzoeksvraag op te lossen is er een keuze gemaakt om twee verschillende communicatieproducten te ontwikkelen. Als eerste zijn er twee content briefs opgesteld. De content briefs geven tips mee hoe dat de webpagina van Communicatie meer geoptimaliseerd kan worden. Het doel van de content briefs is om op SEO vlak meer gevonden te worden bij aantrekkelijkere zoekwoorden. Als tweede is er een Google Ads template gemaakt om ook op SEA vlak meer gevonden te worden bij aantrekkelijkere zoekwoorden.

Résumé

On accorde de plus en plus d'importance à l'aspect pratique du bachelier en communication. C'est ce qu'a indiqué la majorité des étudiants interrogés. Il est donc crucial de mettre en place une bonne stratégie SEO et SEA pour le bachelier en communication de Howest afin d'améliorer l'expérience pratique.

Pour attirer davantage d'étudiants, le bachelier devra être mieux mis en avant dans les résultats de recherche. Il est donc important que la page de formation soit rapidement trouvée grâce à des mots-clés plus attractifs par rapport aux termes de recherche habituels. C'est ainsi qu'a été formulée la question de recherche suivante : ***Pourquoi le SEO et le SEA peuvent-ils amener davantage d'étudiants à commencer le bachelier en communication ?***

L'étude de la littérature a permis de conclure que l'importance des spécialistes en marketing digital dans le secteur de la communication ne cesse de croître. La communication en ligne devient de plus en plus un enjeu clé dans la société. Pour mieux comprendre les raisons pour lesquelles les étudiants choisissent le bachelier en communication, neuf entretiens ont été réalisés avec des étudiants actuels en communication.

Outre "les raisons pour lesquelles les étudiants choisissent le bachelier en communication", il est également important de connaître les termes de recherche qui ont un volume de recherche élevé pour faire un nouveau choix d'études. Pour cette raison, une mini-étude de mots-clés a été réalisée.

Afin de répondre à la question de recherche, deux produits de communication ont été développés. Tout d'abord, deux briefs de contenu ont été élaborés. Les briefs de contenu donnent des conseils pour optimiser la page web de la formation en communication. L'objectif des briefs de contenu est d'améliorer la visibilité sur le plan SEO avec des mots-clés plus attractifs. Ensuite, un modèle de publicité Google Ads a été créé afin d'améliorer la visibilité sur le plan SEA grâce à des mots-clés plus attractifs.

Abstract

Increasing emphasis is being placed on the practical aspect of the Bachelor's in Communication. This was indicated by the majority of the interviewed students. Therefore, it is important for the Bachelor's in Communication at Howest to develop a strong SEO and SEA strategy to enhance the practical experience.

To attract more students, the program must be presented more attractively in search results. Consequently, it is essential that the program page is easily found through more appealing keywords compared to standard search terms. This has led to the formation of the following research question: ***Why can SEO and SEA encourage more students to enroll in the Bachelor's in Communication?***

From the literature review, it can be concluded that the importance of digital marketers in the communication sector is increasingly significant. Online communication is becoming a more prominent element in society. To gain further insight into 'why students choose the Bachelor's in Communication,' nine interviews were conducted with current communication students.

In addition to understanding 'why students choose the Bachelor's in Communication,' it is also crucial to identify search terms with high search volume that potential students use when making a new study choice. For this reason, a mini keyword research study was conducted.

To address the research question, two different communication products were developed. First, two content briefs were created. These content briefs provide tips on how to optimize the Communication program's webpage. The goal of the content briefs is to improve SEO rankings for more attractive keywords. Second, a Google Ads template was created to enhance SEA performance and help the program page rank higher for more appealing search terms.

INLEIDING

3

Inleiding

De meerderheid van de geïnterviewde communicatiestudenten geven aan dat er meer belangstelling is bij de praktische zaken van de bachelor Communicatie. Maar de bachelor Communicatie van Howest wordt vaak niet gevonden tussen de zoekresultaten voor praktische opleidingen. Daarom is het belangrijk om te weten hoe online marketing technieken kunnen bijdragen aan het aantrekken van meer studenten voor de bachelor Communicatie. Met grote passie voor de wereld van SEO en SEA heb ik uiteindelijk besloten om te kijken hoe dat een goede SEO en SEA strategie kan helpen om meer studenten aan te trekken. Velen zoeken natuurlijk een opleiding op met behulp van een zoekmachine.

Met dank aan mijn docent Timothy Kong heb ik een grotere interesse ontwikkeld in de speciale wereld van digitale marketing. Door deze interesse heb ik uiteindelijk dan ook besloten om te kiezen voor een stage in de digitale marketing en om dit ook het hoofdonderwerp van mijn bachelorproef te laten zijn.

Voor deze bachelorproef zijn er twee verschillende onderzoeken gebeurd. Het eerste onderzoek waren diepte-interviews. Negen studenten zijn geïnterviewd met allerlei vragen over de bachelor. De vragen gaan van wat hen aantrok om Communicatie te studeren tot vragen over de content op sociale media. Vervolgens was het tweede onderzoek een klein zoekwoordenonderzoek. Hier heb ik gekeken welke zoektermen het meest zoekvolume hebben en hoe dat de bachelor Communicatie er meer op kan inspelen.

LITERATUUR

4

Literatuurstudie

1. Het digitale marketing kader

Kaushik (2013) heeft meer dan tien jaar geleden een nieuw kader ontwikkeld met als doel een oplossing te creëren die rekening houdt met alle unieke aspecten van bedrijven, afgestemd op de specifieke variabelen van het bedrijf. Zo heeft hij het see – think – do – care kader gecreëerd. In de komende literatuurstudie wordt dit model uitgelegd. Hiermee wordt er eerst gestart met het uitleggen van de See fase.

a) SEE - fase

In de SEE - fase is het belangrijkste doel om een grote doelgroep te definiëren die dicht bij het potentiële publiek voor het bedrijf staat (Kaushik, 2013).

Dit zijn de mogelijke marketingkanalen die hier gebruikt kunnen worden:

- 1) Sociale media;
- 2) Sociale media advertenties;
- 3) Google Display Netwerk (GDN);

“Het Google Display Netwerk stelt bedrijven in staat om klanten te targeten op basis van hun interesses, met meer dan twee miljoen bruikbare websites, video's en apps” (Google Ads, 2023). Er zijn drie categorieën van interesse targeting:

- **Affiniteitsdoelgroepen;**

Met affiniteitsdoelgroepen kan een bedrijf contact maken met doelgroepen die vergelijkbaar zijn met degenen die een bedrijf zou kunnen bereiken via tv- of offline-advertenties. Deze doelgroepen bestaan uit mensen op basis van een uitgebreid beeld van hun interesses, gedrag en levens.

- **Aangepaste affiniteitsdoelgroepen;**

“Aangepaste affiniteitsdoelgroepen zijn doelgroepen die een bedrijf zelf kan creëren in het Google Ads-platform om aan te sluiten bij de interesses van de doelklantenbasis” (Bonderud, 2022).

- **In-market doelgroepen.**

“In-market doelgroepen vinden klanten die actief op zoek zijn naar producten of diensten die vergelijkbaar zijn met producten van een bedrijf” (Google Ads, 2023). Deze doelgroepen hebben het potentieel om de verkoop te stimuleren. Deze tool werkt continu en verbetert de resultaten door voortdurend potentiële klanten te vinden die klaar zijn om een aankoop te doen (Pipiads, 2023).

- 4) Google-advertenties YouTube-reclame.

De video's die worden gebruikt voor YouTube-advertenties worden beheerd via het Google Ads-platform. De YouTube-advertenties zijn video's die zijn geüpload en gehost op het YouTube-kanaal van het merk.

“Om adverteerder te worden op YouTube moeten merken hetzelfde initiële proces doorlopen om een kanaal te maken en video's te uploaden” (Hurlburt-Lawton, 2023).

De KPI's¹ die in deze fase kunnen worden gemeten zijn onder andere de betrokkenheidsgraad, het aantal vertoningen, het bereik en het percentage bezoekers (Vermeire, 2019, p 16).

Nu er een beter begrip is van de eerste fase van het model, wordt er nu gekeken naar de tweede fase. Deze is de Think fase.

b) THINK - fase

¹Key Performance Indicators – de prestatie-indicatoren

In de think – fase is de doelgroep verkleind tot de bezoeker van de see-groep die mogelijk commerciële bedoelingen heeft (Kaushik, 2013). Dit zijn de mogelijke marketingkanalen die hier gebruikt kunnen worden:

- 1) Remarketing² via het Google Ads Display Netwerk;
- 2) Remarketing via YouTube in Google Ads;
- 3) SEA zonder de zoekwoorden die koopintentie aangeven;
- 4) SEO zonder de zoekwoorden die koopintentie aangeven.

De prestatie-indicatoren (KPI's) die in deze fase kunnen worden gemeten zijn de klikfrequentie (CTR), paginadiepte, gepersonaliseerde conversies en het percentage bezoekers (Vermeire, 2019, p 16).

Als derde punt van het model hebben we de Do fase.

c) DO - fase

Tijdens de do-fase zal een bedrijf een doelgroep vinden die het meest interessant voor hen is. De doelgroep heeft in deze fase commerciële bedoelingen. Het is belangrijk om op te merken dat de gemiddelde conversieratio tussen de 2% en 3% ligt (Kaushik, 2013).

Dit zijn de mogelijke marketingkanalen die hier gebruikt kunnen worden:

- 1) SEA met de zoekwoorden die koopintentie aangeven;
- 2) SEO met de zoekwoorden die koopintentie aangeven.

De prestatie-indicatoren (KPI's) die in deze fase kunnen worden gemeten zijn omzet, aantal leads, conversieratio, klantwaarde CLV³ en het aantal bezoekers (Vermeire, 2019, p 16).

Tot slot komen we aan de laatste fase van het model, de Care fase.

d) CARE - fase

In deze fase moet het bedrijf zich richten op het targeten van de bestaande klantenbasis. Het genereren van omzet uit bestaande klanten is efficiënter. Daarom is het cruciaal om ervoor te zorgen dat deze bestaande klanten worden geconverteerd naar loyale klanten. Dit kan leiden tot een groter bereik van het publieke door mond-tot-mondreclame te stimuleren (Kaushik, 2013).

2. Basisprincipes van SEO

SEO is de afkorting van Zoekmachineoptimalisatie (Search Engine Optimization). Het wordt gebruikt om de maximale frequentie en hoeveelheid organisch verkeer op websites of een bepaalde webpagina te verbeteren.

a) Zoekrobots

Zoekrobots vormen een complexe verzameling van verschillende programma's die door zoekmachines worden gebruikt om diverse websites te beoordelen en te begrijpen. Er zijn voornamelijk vier verschillende groepen zoekrobots. Deze programma's zijn ontworpen om:

- **Inhoud crawlen;**

Deze programma's richten zich in de eerste plaats op het scannen van alle soorten bestanden die aanwezig zijn op elke website. De zoekrobots zijn voortdurend op zoek naar nieuw toegevoegde of bijgewerkte bestanden. Deze bestanden omvatten video's, PDF's, HTML-pagina's, afbeeldingen en meer. Zoekmachinecrawlers kunnen bestanden vinden via links die op de website zelf staan (*interne links*) of via links op andere websites (*externe links*).

²Met remarketing zal een bedrijf in contact komen met doelgroepen die eerder met hen hebben geëngageerd om de doelgroepen te overtuigen om een gewenste activiteit uit te voeren die voor hen interessant zou zijn.

³Een maatstaf die aangeeft welke totale omzet een bedrijf redelijkerwijs kan verwachten van een enkel klantaccount gedurende de zakelijke relatie. (Fontanella, 2023)

- **Inhoud ophalen;**

Nadat de zoekmachinecrawlers de bestanden hebben gevonden, haalt een ander programma de inhoud op die in de bestanden is opgeslagen. Vervolgens sturen ze de inhoud door naar andere programma's voor verdere analyse. Ze halen ook links uit die zich binnen een opgehaald bestand bevinden en voeden deze links aan de zoekmachinecrawlers.

- **Inhoud analyseren en beoordelen;**

De programma's die de inhoud analyseren en beoordelen zijn ontworpen om betekenis uit de inhoud te halen. Dit valt binnen het domein van natuurlijke taalverwerking en machine learning. Tijdens dit proces bepalen zoekmachines de kwaliteit van de inhoud en de algehele kwaliteit van de website. Deze programma's houden ook rekening met externe factoren zoals links of verwijzingen van externe bronnen om de autoriteit van de website vast te stellen.

- **Inhoud ranken in zoekresultaten.**

De programma's die inhoud rangschikken in zoekresultaten zijn ontworpen om de geëxtraheerde informatie in de index te bekijken om de positie van het bestand in de zoekresultaten te bepalen. Wanneer de zoekrobot bepaalt dat een website moet worden gerangschikt, evalueert het eventuele schema-markeringen die op de pagina zijn gevonden om de zoekresultatenlijst te verbeteren. Deze verbetering omvat het toevoegen van sterren voor een recensie. Om te bepalen of een pagina hoger gerangschikt moet worden dan een andere website, houden de programma's ook rekening met de snelheid van een pagina.

De zoekrobots hebben een zekere complexiteit. Daarom is het gemakkelijker om het grote aantal programma's (vier) op te delen in de twee hoofdoperaties van de robots.

Dit zijn de zoekrobots die kruipen en indexeren (Edgar, 2023).

SEO maakt deel uit van inbound marketing⁴, wat in contrast staat met traditionele offline (outbound marketing) methoden zoals koude acquisitie, televisie, radio, enz. Inbound marketing vertegenwoordigt een marketingstrategie waarbij een bezoeker wordt aangemoedigd om een aankoop te doen of een aanvraag in te dienen via de bedrijfswebsite door de juiste inhoud op het juiste moment aan de juiste persoon te leveren. HubSpot is een van de meest bekende tools voor inbound marketing. Inbound marketing omvat vier primaire stappen: contentcreatie, SEO, conversie-optimalisatie en continue optimalisatie en aanpassing.

- **Contentcreatie** omvat het vinden van de juiste inhoud voor de koper persona;
- **SEO** houdt in dat inhoud vindbaar wordt gemaakt via zoekmachines;
- **Conversie-optimalisatie** draait om het converteren van een bezoeker naar een lead;
- **Continue optimalisatie en aanpassing.** In deze stap moet het bedrijf doorgaan met het aanpassen van de doelgroepen, het creëren en verfijnen van aanvullende koperspersona's (Vermeire, 2019, p 18 - 20).

b) Richtlijnen voor het meten en bewaken van crawling en indexeren

Zoekmachines controleren regelmatig de logbestanden van een website. Bij zeer actieve websites kan deze controle wekelijks of maandelijks worden uitgevoerd. Als de website minder actief is, worden deze controles eens per kwartaal of halfjaar uitgevoerd. De monitoring wordt gebruikt om bij te houden welke pagina's worden gecrawld. De gecrawelde pagina's zullen niet perfect overeenkomen met de rangschikking of prestaties, maar ze geven wel aan waar robots zich op richten en welke pagina's waarschijnlijk worden opgenomen in de evaluatie van de website (Edgar, 2023).

⁴Een marketingstrategie die ervoor zorgt dat je een natuurlijke manier jezelf of je merk positioneert in het aankooptraject dat jouw klanten in de toekomst zullen volgen (Online Marketing Monkey, z.d.-c).

De gegevens uit de logbestanden bepalen of de zoekrobots zich richten op de juiste pagina's van de website. Als ze zich niet richten op de juiste pagina's van de website, kan dat een crawling probleem betekenen (Edgar, 2023). Er moet een beoordeling worden uitgevoerd om het gebruik van de 'disallow'⁵ en 'noindex'⁶ richtlijnen op de website te evalueren. Deze richtlijnen zullen worden beoordeeld om ervoor te zorgen dat ze correct en zoals bedoeld functioneren. Als onderdeel van deze beoordeling is het noodzakelijk om te controleren of eventuele 'disallow' en 'noindex' richtlijnen elkaar tegenspreken (Edgar, 2023).

3. De drie pijlers van SEO

Volgens Vermeire (2019) zijn er drie hoofdpijlers die de basis vormen van SEO. Deze pijlers staan bekend als het **crawl-index-rank mechanisme**. De drie pijlers zijn:

a) Techniek;

- Crawling;
- Indexing;
- Ranking.

Ranking bestaat uit drie lagen. De drie lagen zijn:

- De interpretatie van de intentie van gebruikers bij hun Google-zoekopdracht;
- Het identificeren van de webpagina's die gerelateerd zijn aan de Google-zoekopdracht in hun index;
- Het sorteren en rangschikken dat plaatsvindt via een algoritme in Realtime van de pagina's. Dit is om ervoor te zorgen dat de gebruiker de juiste pagina's te zien krijgt die overeenkomen met hun Google-zoekopdracht.

b) Inhoud;

c) Autoriteit.

4. Een SEO campagne

Een SEO-campagne is een gecoördineerde inspanning om een doel te bereiken, zoals het verbeteren van de rankings van je website in Google of andere zoekmachines. SEO-campagnes omvatten doorgaans zoekwoordenonderzoek, optimalisatie van inhoud en het bouwen van links (Ong, 2023).

Er zijn drie stappen om een SEO-campagne te creëren.

a) Stel een campagnedoel vast;

Voor een campagne kan elk doel worden ingesteld. De gebruikelijke campagnedoelen zijn: het hoger rangschikken van een zoekwoord, meer organisch verkeer genereren en meer backlinks opbouwen (Ong, 2023).

b) Uitzoeken hoe het te bereiken is;

Om te begrijpen wat kan helpen om je doel te bereiken, is het verkrijgen van een audit van de doelpagina's essentieel. De audit houdt in dat het bedrijf ervoor moet zorgen dat de doelpagina's door Google kunnen worden gecrawld en geïndexeerd. De meest voorkomende problemen die moeten worden verholpen met een SEO-campagne zijn:

- **Geen verkeerspotentieel;**

Een bedrijf kan alleen zoekverkeer krijgen als ze zich richten op een bepaald onderwerp waar hun doelgroep naar op zoek is. Dit betekent dat bedrijven een zoekwoordenonderzoek moeten doen om erachter te komen welke onderwerpen hun doelgroep interessant vindt.

⁵Een inbound link op jouw website weigeren of afwijzen (Online Marketing Monkey, z.d.-d).

⁶De "noindex" richtlijn is een meta robots tag die de spiders van een zoekmachine vertelt welke pagina's op de website zij wel of niet mogen indexeren (Online Marketing Monkey, z.d.).

⁷Wanneer de ene website naar de andere linkt met een ankertekst (Mailchimp, z.d.).

- **Te weinig backlinks⁷;**

Backlinks zijn een belangrijke factor om een hoge positie te behalen in de Google-ranking. Als de pagina's die de pagina's van het bedrijf overtreffen veel meer backlinks hebben, kan dit de reden zijn waarom de pagina van het bedrijf niet wordt gerangschikt. Dit kan worden gecontroleerd via de Keywords Explorer. In deze tool moet het bedrijf het zoekwoord invoeren en naar beneden scrollen naar het SERP⁸-overzicht. Dan moeten ze kijken naar het aantal domeinen. Als dit ongeveer hetzelfde aantal verwijzende domeinen is, is dat een goede zaak. Als dit niet ongeveer hetzelfde aantal verwijzende domeinen is, moet een bedrijf zich meer richten op het opbouwen van backlinks (Ong, 2023).

- **Inhoudelijk niet helemaal de goede kant op gaan;**

Als de inhoud iets mist, moet een bedrijf zich richten op de volgende drie gebieden:

- **Controleer of de zoekintentie is uitgelijnd;**

Zoekintentie is de waarom achter een zoekopdracht. Als de zoekintentie niet overeenkomt met wat de doelgroep zoekt, zal de pagina niet hoog worden gerangschikt. Als de inhoud niet overeenkomt met de zoekintentie, zal het bedrijf waarschijnlijk de pagina moeten her schrijven en opnieuw moeten publiceren.

- **Controleer of inhoud uitgebreid is;**

De zoekintentie kan overeenkomen met de doelgroep, maar er kunnen sub onderwerpen zijn die de doelgroep verwacht te zien.

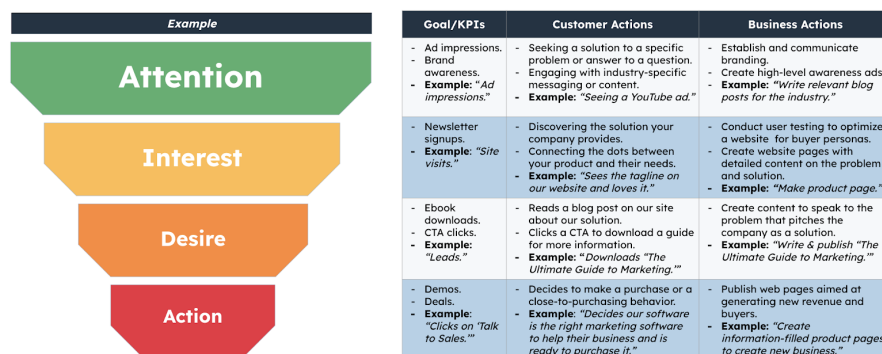
- **Controleer of er geoptimaliseerd kan worden voor de uitgelichte snippet.**

Een uitgelichte snippet betekent een volledig of gedeeltelijk antwoord op vragen rechtstreeks op de SERP's. Om een snippet te krijgen, moeten twee dingen worden voldaan. Ten eerste moet het zoekwoord een uitgelichte snippet tonen. Ten tweede moet de pagina al gerangschikt zijn in de top 10.

c) **Neem actie**

Na de audit moet het bedrijf het geplande actieplan uitvoeren om betere resultaten te behalen.

Naast deze drie stappen om een SEO campagne op te starten, is er ook nog de AIDA-funnel (Drip Digital, 2024). Deze funnel is een goed hulpmiddel om te weten te komen in welke fase je doelgroep zich bevindt.



Bron: Hubspot, 2024

5. **De beste SEO voorbeelden (Fortin, 2023)**

Volgens Fontin (2023) zijn er verschillende dingen die bedrijven kunnen doen om hun SEO-strategieën uit te voeren. Hier zijn enkele voorbeelden die kunnen worden opgenomen:

⁸Search Engine Results Page

a) Boeiende meta-beschrijvingen schrijven;

“Een meta-omschrijving is het tekstfragment dat onder een titel en link in de zoekresultaten wordt weergegeven” (Fortin, 2023). Deze omschrijving beschrijft de inhoud van die specifieke pagina op een website. Het is geformuleerd voor de persoon die de zoekopdracht uitvoert, zodat ze weten wat ze kunnen verwachten.

b) Inbound backlinks en inbound links krijgen;

“Een backlink, ook wel een inbound link genoemd, is wanneer een andere website wordt terug gelinkt naar een bepaalde website of bloginhoud” (Fortin, 2023). Deze backlinks worden meestal geplaatst als een hyperlink. Deze hyperlink wordt vervolgens ingevoegd in een reeks tekst die relevant is voor de inhoud. Ze zijn zeer effectief als SEO-tool, omdat ze zoekmachines laten zien dat de inhoud authentiek en relevant is. Door deze backlinks te gebruiken kan een website hoger scoren in de zoekresultaten van zoekmachines.

c) Pagina's van de site optimaliseren voor pagina snelheid;

“Paginasnelheid verwijst naar de snelheid waarmee de inhoud op een website wordt geladen wanneer een bezoeker een specifieke pagina bezoekt” (Fortin, 2023). Sinds 2018 is Google begonnen met het meenemen van paginasnelheid bij de rangschikking van zoekresultaten. Paginasnelheid is sindsdien een cruciaal aandachtspunt wanneer een bedrijf zijn strategie uitvoert.

d) Locatie SEO

Deze effectieve strategie verbetert de zichtbaarheid van zoekmachines voor de locaties van bedrijven. Het brengt de inhoud naar voren in zoekopdrachten van klanten in hun omgeving. Dit laat informeren hen over de locatie van het bedrijf om aan de klanten hun behoeften te voldoen.

6. Structured data: een extra SEO techniek (Vermeire, 2019, p 57 - 62)

Deze techniek helpt om meer zichtbaarheid te creëren op de zoekmachine. Deze gestructureerde gegevens techniek helpt een bedrijf rich cards⁹ te genereren, wat kan leiden tot een hogere klikfrequentie (CTR) op zoekmachines.

Tabel 1. De meest voorkomende rich cards

Broodkruimels Dit dient om de klant te laten weten waar ze zich bevinden op de website.	 LEGO https://www.lego.com > themes > fl... · Translate this page ·  LEGO® Bloemenboeket & Bloemensets De LEGO® Botanische Collectie barst van de sets en boeketten: een geweldige draai aan het traditionele boeket rozen, prachtige wilde bloemen om de saai...
Producten Hier voegt het bedrijf de prijs, valuta, beoordelingen en beschikbaarheid toe zodat de klant dit zien.	 Brickwatch https://www.brickwatch.net > set · Translate this page ·  LEGO Bloemenboeket 10280. Nu € 44,99, 25% ... Deze LEGO® Bloemenboeket (10280) bouwset is een uniek cadeau en een spannend project met een prachtig displaymodel van een boeket van LEGO stenen als ... ★★★★★ Rating: 4,8 · 9 votes · €44.99 to €59.99 · In stock · 

⁹Het verrijken van zoekresultaten omvat het toevoegen van extra informatie die voortkomt uit gestructureerde gegevens (Groenemans, 2017).

Recept Wanneer een recept wordt gepost, wordt de duur toegevoegd aan het zoekresultaat.	 The Salty Marshmallow https://thesaltymarshmallow.com › Recipes › Breakfast Homemade Belgian Waffle Recipe 15 Aug 2018 — This Homemade Belgian Waffle Recipe is easy and makes delicious, authentic, Belgian waffles! These waffles are perfectly crisp and golden on ... ★★★★★ Rating: 5 · 1.914 votes · 35 mins 
--	---

Bron: Vermeire, 2019, p 57 – 62

7. De vraag in de sector naar digitale marketeers

In de digitale marketingindustrie zijn er verschillende eisen waar marketing afgestudeerden kennis van moeten hebben. Deze eisen zijn onderverdeeld in zachte vaardigheden en harde vaardigheden. Deze vaardigheden worden door zowel werknemers als werkgevers beschouwd als inzetbaarheidsvaardigheden. Deze vaardigheden zijn essentieel. Ze verwijzen naar persoonlijke kwaliteiten en waarden die werknemers maar ook werkgevers in staat stellen om te gedijen op elke werkplek.

Inzetbaarheid heeft verschillende definities. (Yorke, 2006) beschrijft inzetbaarheid als een set van prestaties die afgestudeerden waarschijnlijker maken om werk te vinden en succesvol te zijn in hun gekozen beroepen, wat hen, de arbeidsmarkt, de gemeenschap en de economie ten goede komt.

a) De vereisten

Als gevolg van de coronapandemie is er een verandering opgetreden in de rangorde van belangrijke vaardigheden. Door de pandemie is thuiswerken gebruikelijker geworden. De meest waardevolle talenten zijn nu die gerelateerd zijn aan teamwork en samenwerking, digitale vaardigheden, empathie, autonomie, IT-vaardigheden, werklast en stressbestendigheid. Hoewel motivatie, geduld en leiderschapsvaardigheden ook waardevol zijn, is hun belang afgenomen. Volgens Kovacs & Zarandne (2022) is dit de rangorde van belangrijke competenties tijdens de pandemie.

- Digitale vaardigheden, IT-vaardigheden en online technologie;
- Communicatie, assertiviteit en conflictthering;
- Empathie, EQ (Emotionele Intelligentie) en sociale vaardigheden;
- Samenwerking en teamwork;
- Flexibiliteit en snelle aanpassing;
- Veerkracht, stressbestendigheid en werklastcapaciteit (Kovacs & Zarandne, 2022).

Als gevolg van talrijke voortdurende economische veranderingen is er een aanzienlijke verschuiving opgetreden, niet alleen in de structuur van individuele sectoren, maar ook in werkgelegenheidspatronen. Bedrijven met hoogwaardige vaardigheden hebben een snelle werving en een toename van de arbeidsmogelijkheden waargenomen. Echter, in krimpende werkgebieden ondervinden werkgevers met verouderde of lage vaardigheden uitdagingen.

"Digitaliserende bedrijfsmodellen maken vaak gebruik van gespecialiseerde werknemers met specifieke kennis van de industrie en specifieke software sets. Aangezien de inzetbaarheid van afgestudeerden een belangrijke kwestie is voor het hoger onderwijs, is de verbetering van universitaire studenten om klaar te zijn voor de werkplek nog moeilijker in een digitaal marketingveld" (Kovacs & Zarandne, 2022).

Vanwege de structurele veranderingen in zowel de mondiale als lokale digitale economie, is er groeiende vraag naar nieuwe en relevante vaardigheden. Deze nieuwe relevante vaardigheden omvatten technologische vooruitgang, digitale processen en automatisering. In de afgelopen tien jaar is er een toename geweest van banen die de nadruk leggen op sociale vaardigheden en professionele verwachtingen. Deze stijging benadrukt een cruciale indicator in de EU-arbeidsmarktstrategie: *deelname aan volwassenenonderwijs gedurende het hele leven*.

Deze sleutelindicator correleert direct met de langdurige inzetbaarheid en kan in een loopbaantraject dienen als een kernsuccesfactor (Kovacs & Zarandne, 2022).

Er is een opmerkelijke toename geweest van de binnenlandse invloed van multinationale bedrijven. Zowel werkgevers als werknemers raken steeds meer vertrouwd met de nieuwe verwachtingen die door deze bedrijven worden gesteld. De voortdurende vraag naar innovatie blijft bestaan, aangewakkerd door verschillende technologische ontwikkelingen die een analytisch, sociaal en multidisciplinair synthetisch perspectief vereisen. Bovendien heeft het groeiende scala aan diensten, gedreven door de verstedelijking en vergrijzing van geïndustrialiseerde landen, het belang van niet-cognitieve vaardigheden benadrukt, vaak aangeduid als '*soft skills*'. Deze vaardigheden zijn nauw verbonden met de persoonlijkheidskenmerken, temperamenten en attitudes van individuen. Ze zijn van essentieel belang voor succesvolle samenwerking en dienen als basis voor leidinggevende capaciteiten (Kovacs & Zarandne, 2022).

Volgens Robles (2012) de meest relevante soft skills in marketing termen zijn:

- Integriteit, dit verwijst naar de kwaliteit van eerlijk zijn, sterke morele principes hebben en zich houden aan ethische waarden;
- Communicatie;
- Hoffelijkheid houdt in dat men beleefd gedrag toont, consideratie heeft en respect toont aan anderen;
- Verantwoordelijkheid;
- Sociale vaardigheden verwijzen naar een set van bekwaamheden en competenties die individuen in staat stellen om effectief en harmonieus te interacteren met anderen in verschillende sociale situaties;
- Positieve houding;
- Professionalisme;
- Flexibiliteit;
- Teamwerk;
- Werkethiek verwijst naar de set van waarden, principes en houdingen die de benadering en toewijding van een individu aan zijn werk of beroep sturen.

Volgens Mészáros (2017), moet een werknemer beschikken over harde vaardigheden. Dit omvat de professionele kennis die wordt verkregen via onderwijs. Hard skills (zoals wiskundige, taalkundige, digitale en vakspecifieke bekwaamheden, enz.) zijn gemakkelijk te meten en kunnen worden benadrukt in een advertentie.

Doyle (2019) heeft de minimale vaardigheden opgesomd die vereist zijn in de wereld van digitale marketing. In deze lijst worden ook harde vaardigheden benadrukt die essentieel zijn bij het aannemen van personeel.

De minimale vaardigheden zijn:

- Technische vaardigheden;
- MS Office-vaardigheden;
- Kennis van statistische software;
- Database-analyse;
- Metavaardigheden in online marketing, dit verwijst naar de overkoepelende of hoger niveau vaardigheden die verschillende specifieke vaardigheden binnen het landschap van digitale marketing ondersteunen en verbeteren.
Enkele metavaardigheden die kunnen worden opgenomen in online marketing zijn analytische vaardigheden, creativiteit, strategisch denken, communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden, technische vaardigheid, aanpassingsvermogen en leervermogen;
- Mondelinge communicatie;
- Schriftelijke presentatie;
- Team- of leiderschapsvaardigheden;
- Tijdbeheer;
- Creatief probleemoplossend;
- Statistiek en kwantitatieve analyse.

Volgens (Kovacs & Zarandne, 2022) zal er in de komende jaren twee nieuwe soft skills bovenaan de lijst kunnen staan: *leiderschap en menselijke relaties*.

"Menselijke relaties verwijzen naar de manier waarop werknemers en leiders binnen een organisatie zich voelen ten opzichte van elkaar, met elkaar omgaan en problemen oplossen." Dit is een belangrijke vaardigheid op de werkplek omdat het helpt bij het aannemen en behouden van werknemers, de omzet en productiviteit verhoogt, originaliteit en inventiviteit aanmoedigt, samenwerking en teamwerk bevordert.

Enkele belangrijke vaardigheden op het gebied van menselijke relaties zijn: communicatie, teamwork, conflictbeheer, empathie en leiderschap (Indeed Editorial Team, 2022).

Er bestaan verschillende percepties onder marketingafgestudeerden met betrekking tot inzetbaarheidsvaardigheden in vergelijking met studenten zonder eerdere werkervaring (Kovacs, 2021).

Tabel 2. De vaardigheden voor inzetbaarheid van afgestudeerden in marketing

Factoren	Vaardigheden
Basis sociale vaardigheden	Flexibiliteit, teamwork, interpersoonlijke vaardigheden, initiatief, motivatie, mondelinge communicatie- en presentatievaardigheden, stressbestendigheid
Digitale en technische vaardigheden	Kennis van sociale media, kennis van mobile, kennis van e-commerce, kennis van Analytics en real time praktijken, kennis van internet & software, SEO & SEM
Marketingvaardigheden	Planning, organisatie en tijdmanagement, content creëren voor verschillende kanalen, creatief denken, precisie en aandacht voor detail, kennis van verkoop en managementvaardigheden, meerdere marketingtaken kunnen beheren.
Analytische vaardigheden	Datagericht, goede conceptuele en analytische vaardigheden, statistische kennis, probleemoplossend, kritisch denken, In staat om informatie te synthetiseren in zinvolle en bruikbare rapporten.
Customer insight vaardigheden	Kennis van het bedrijf en zijn klanten, kennis van onderzoeksmethoden, kennis van klantcontactpunten en klanttraject, CRM en relationele vaardigheden

Bron: Kovacs & Zarandne, 2022 based on Kovacs, 2021 and Gregorio, 2019

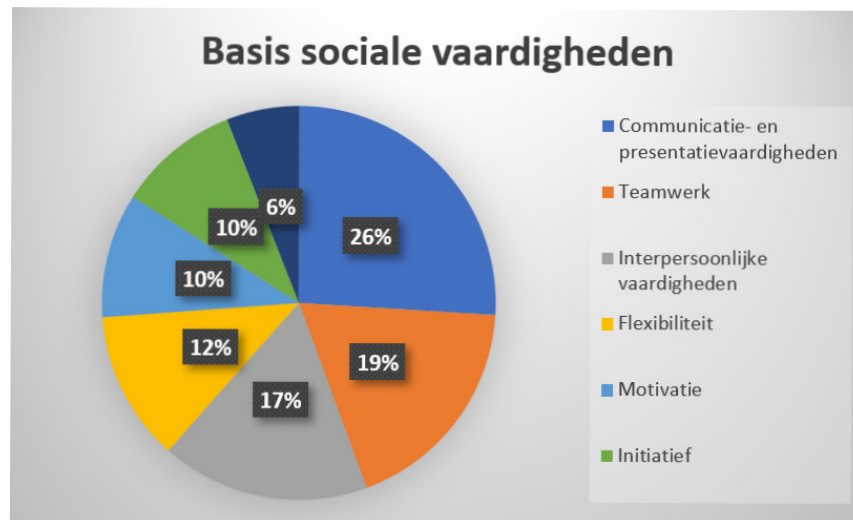
b) De structuur van job advertenties

Er is een gestandaardiseerde structuur die elke vacatureadvertentie zou moeten hebben. Vacatureadvertenties lijken als primaire doel te hebben om kandidaten te helpen bij het nauwkeurig identificeren van de vaardigheden, kennis en ervaring die zorgvuldig nodig zijn.

De categorieën van vaardigheden die het meest worden genoemd in een vacatureadvertentie voor digitale marketing zijn:

- **Basis sociale vaardigheden;**

De basisvaardigheden die het meest worden genoemd in een vacatureadvertentie voor digitale marketing zijn: mondelinge communicatie- en presentatievaardigheden (25,9%), teamwerk (18,4%), interpersoonlijke vaardigheden (17,1%), flexibiliteit (12,3%), motivatie (10,2%), initiatief (10,0%) en stressbestendigheid (6,0%) (Kovacs & Zarandne, 2022).

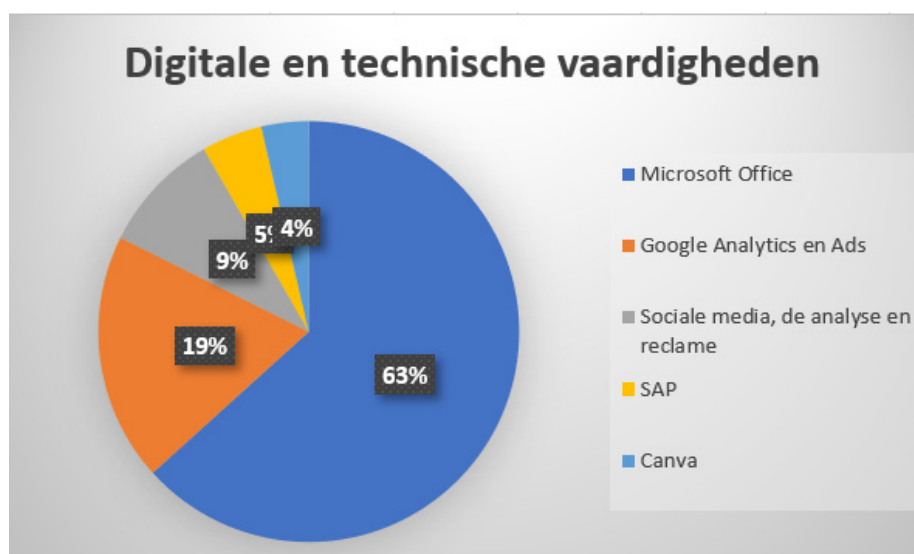


- **Marketingvaardigheden;**

De essentiële marketingvaardigheden die nodig zijn voor een baan in digitale marketing zijn: communicatie, creativiteit en probleemoplossend vermogen, aandacht voor detail, interpersoonlijke vaardigheden, leiderschap en aanpassingsvermogen (Campaign College Online, 2023).

- **Digitale en technische vaardigheden;**

In vacatureadvertenties wordt vermeld welke software de kandidaat zeker moet kennen. De meest genoemde softwarepakketten zijn: Microsoft Office, zoals Word, Excel en Powerpoint (48,8%), Google Analytics en Ads (14,7%), sociale media, de analyse en reclame (7,2%), SAP (3,6%) en Canva (2,8%) (Kovacs & Zarandne, 2022).



- Analytische vaardigheden;
- Customer insight vaardigheden.

Om samen te vatten, de gebruikelijke vaardigheden die werkgevers vragen voor junior functies in digitale marketing omvatten vaardigheid in de Engelse taal, vaardigheden in communicatie en presentatie, bekendheid met internetmarketing en vaardigheid met diverse software (Kovacs & Zarandne, 2022).

8. Inzet van SEO in de industrie

“Een SEO strategie moet zich niet focussen op trefwoorden” (Fortin, 2023)

Veel bedrijven begrijpen de basisprincipes. Het belang van een SEO-strategie wordt ook begrepen. Bij het ontwikkelen en uitvoeren van een SEO-strategie is het echter fout om alleen inhoud te creëren voor de zoekwoorden die klanten zoeken.

9. De tien meestgemaakte fouten in SEO

Volgens (Jansen, 2020) zijn er tien fouten die vaak worden gemaakt door degenen die een website willen bouwen:

a) Geen toegevoegde waarde

Wanneer een bedrijf een (nieuwe) website maakt, moeten ze nadenken over de toegevoegde waarde die de website biedt ten opzichte van andere websites. Degenen die geen toegevoegde waarde bieden, zullen weinig succes hebben in vergelijking met de concurrentie. Een goede positie in de zoekmachines is geen garantie voor succes.

b) SEO als de basis voor content

Wanneer een bedrijf een (nieuwe) website wil maken, moet het denken vanuit een doel dat moet worden bereikt (een goed resultaat). Website segmentatie kan goed zijn voor SEO, maar niet voor de gebruikerservaring. Een succesvolle website moet zich daarom richten op de gebruiker en niet op de Google-ranking.

c) Alle SEO trends volgen

Het volgen van nieuwe SEO-trends is een goede zaak, maar het direct implementeren van alle trends op de website is dat niet. De website zal niet beter vindbaar worden op basis van deze SEO-trends. Niet alleen kost dit veel tijd, maar het gaat ook ten koste van de gebruikerservaring. Degenen die alle SEO-technieken toepassen, eindigen met een website boordevol content die niet gemakkelijk te lezen is. Natuurlijk is het raadzaam om trends te gebruiken, maar de gebruikerservaring is even belangrijk.

d) Stoppen met het verbeteren van de website

Een website moet altijd blijven verbeteren. Het is bijvoorbeeld belangrijk om te begrijpen hoe bezoekers met uw website omgaan en wat ze doen. Een bedrijf kan de website verbeteren op basis van deze gegevens. Reageren op marktontwikkelingen en deze direct opnemen in de teksten op de website is ook een belangrijke factor. Om conversiepercentages te verbeteren, moet een bedrijf beoordelen hoe informatie aan zijn bezoekers wordt gepresenteerd.

e) Websites bouwen die Google niet kan vinden

Een website die volledig in Flash¹⁰ is gebouwd, kan er prachtig uitzien, maar Google begrijpt niet waar het over gaat. Google kan veel, maar het kan niet naar de code van een Flash-website kijken.

De website kan ook moeilijk te vinden zijn als er afbeeldingen worden gebruikt in plaats van tekst.

¹⁰Flash is een soort plug-in voor een website dat multimedia-inhoud insluit..

f) Verkeerde zuinigheid

Het bewaken van kosten is belangrijk, maar het prioriteren van de vindbaarheid van een website is cruciaal. Kiezen voor betaalbare webhosting is acceptabel, maar niet als dit ten koste gaat van de websnelheid. Hoewel SEO een aanzienlijk gewicht heeft voor een website, kan het bezuinigen op dit gebied de zichtbaarheid ervan schaden.

g) Zoekmachines misleiden

Veel mensen gebruiken bepaalde trucs om zoekmachines te misleiden. Deze trucs kunnen helpen om de website te optimaliseren. Er zijn drie groepen in de SEO-wereld volgens Vermeire (2019):

• Whitehat SEO;

Hier zijn de groepen die legale methoden gebruiken om hun website te optimaliseren.

Voorbeelden zijn:

- **Gebruikerservaring (UX);**
- **Goede metatags;**
- **Relevante content (Online Marketing Monkey, z.d.-g).**

• Grayhat SEO;

De algemene regel in deze groep is dat het kan worden gezien als ongeoorloofde technieken die binnenkort niet meer als relevante SEO-parameter zullen worden beschouwd. Wat nu kan worden gezien als Gray Hat SEO, kan het volgende jaar geclassificeerd worden als Black- of White Hat SEO (Online Marketing Monkey, z.d.-e).

Voorbeelden zijn:

- **Startpaginadirectories;**
Startpaginadirectories verwijzen naar de hoofd- of primaire directories of mappen op een website waar de bestanden van de startpagina of hoofd bestemmingspagina zijn opgeslagen.
- **Neppe profielen;**
- **Het maken van verschillende crosspagina's voor alles wat het bedrijf doet, allemaal met links naar één website.**

• Blackhat SEO.

Dit zijn de groepen die methoden manipuleren om hun website te optimaliseren met behulp van trucs. Meestal zullen deze groepen na verloop van tijd terugkeren naar de Whitehat SEO. Ze hebben zoveel inzicht gekregen in hoe zoekmachines werken dat het gemakkelijker is geworden om hoger te ranken met legale methoden.

Voorbeelden zijn:

- **Cloaking;**
In dit geval wordt de Googlebotcrawler gemanipuleerd. Hierbij wordt een andere versie van de pagina getoond aan de Googlebot dan aan de gebruiker. Als er gezien wordt via het IP adres dat de Googlebotcrawler langskomt, wordt het script met de andere inhoud geactiveerd. Zo zien de crawlers een compleet andere inhoud dan gebruikers. De belangrijkste reden dat deze black hat SEO techniek wordt gebruikt, is om hoger te ranken voor bepaalde zoektermen (Online Marketing Monkey, z.d.-b).
- **PBN (Private Blog Network);**
Deze Private Blog Networks zijn grote groepen (van meer dan duizenden) websites met blogartikelen die vaak kort en van weinig belang zijn. Ze worden vaak samengesteld door schrapers. Een bedrijf koopt veel domeinnamen waarop betekenisloze artikelen worden geplaatst. Deze domeinnamen worden onderling gekoppeld om de linkbuilding te manipuleren (Vermeire, 2019, p 129).

- Verborgen tekstlinks;

Deze verborgen tekstlinks verwijzen naar hyperlinks op een webpagina die niet direct zichtbaar zijn voor gebruikers omdat ze opzettelijk verborgen zijn. Dit bestaat uit het opnemen van zoekwoorden of zinnen in de tekst van een webpagina, maar ze te verbergen voor menselijke bezoekers

door de tekst dezelfde kleur te geven als de achtergrond, het gebruik van zeer kleine lettergroottes, ze buiten het scherm te plaatsen, of het toepassen van andere technieken om hun zichtbaarheid te maskeren (Vermeire, 2019, p 17).

- Keyword stuffing.

Het is cruciaal om de juiste zoekwoorden te gebruiken voor de SEO van je website, maar overdrijf niet, want dat kan leiden tot keyword stuffing. Gebruik zoekwoorden spaarzaam op je pagina en controleer of ze natuurlijk overkomen met behulp van SEO-plugins (Online Marketing Monkey, z.d.-a).

h) De concurrentie kopiëren

Het uitvoeren van een concurrentieanalyse is een verstandige zet. Het is echter zeker niet aan te raden om exact dezelfde technieken en structuur te kopiëren. Een website zal geen betere ranking krijgen als alles wordt gekopieerd. Een betere ranking wordt verkregen door innovatie en originaliteit die toegevoegde waarde creëren (zoals besproken in a).

i) Sociale media negeren

SEO is zeker niet de enige belangrijke methode om de website te promoten. Er is een zeer groot bereik op sociale media om de doelgroep te bereiken. Een ander voordeel is dat sociale media-uitingen worden geïndexeerd in Google. Dus voor een bedrijf, zelfs voor SEO, is het erg belangrijk dat sociale media worden gebruikt. De informatie moet natuurlijk recent zijn. Dit komt doordat zoekmachines ook kunnen zien of verklaringen op sociale media kanalen regelmatig worden bijgewerkt.

j) Ongeduld

Het kost tijd om een website gemakkelijk vindbaar te maken en goed te laten scoren. Wanneer een verbetering is toegevoegd, kan pas na verloop van tijd worden besloten of iets werkt of niet. Een bedrijf moet weten dat niet elke verbetering op de website direct effect heeft (Jansen, 2020).

ONDERZOEK

5

Onderzoeksmethode

Methodologie

Met diepte-interviews wordt er diep ingegaan op de gedachten, gevoelens en ervaringen van de respondenten. Dit is vooral waardevol om een begrip te krijgen over waarom bepaalde studenten ervoor kiezen om Communicatie te studeren en welke factoren hun beslissing beïnvloeden. De vraagstelling bij diepte-interviews zijn ook flexibel. Zo kan er per respondent een aantal andere vragen aan bod komen naast de algemene vragenlijst.

Een zoekwoordenonderzoek is een kwantitatief onderzoek. Zo worden er algemene antwoorden verkregen over wat 18-jarigen op Google intikken om meer informatie te verkrijgen over een bachelor.

Diepte-interviews

De onderzoeksmethode diepte-interviews is gericht op een specifieke doelgroep, studenten die Communicatie studeren aan Howest. De doelgroep werd vervolgens opgesplitst in 3 subdoelgroepen:

- Studenten in hun eerste jaar van de bachelor Communicatie;
- Studenten in hun derde jaar van de bachelor Communicatie;
- Studenten die de bachelor Communicatie doen in verkort traject.

Er werden in totaal 9 interviews uitgevoerd. Zo werden er per subcategorie telkens 3 studenten geïnterviewd. Het doel van de interviews was telkens om meer te weten te komen over hoe dat studenten bij de bachelor gekomen zijn, wat hun aansprak en welke content zij het meest appreciëren. Voor elke subdoelgroep werd dezelfde vragenlijst toegepast.

Vragenlijst diepte-interviews

Onderzoeksvraag:

Waarom kan SEO en SEA ervoor zorgen dat meer studenten de richting Communicatie?

Wat ik wil te weten komen als onderzoeker?

- Weten waarom de studenten voor de bachelor hebben gekozen.
- Hoe dat ze in contact zijn gekomen met Howest.
- De sterke en zwakke punten van de bachelor.
- De combinatie van de bachelor met de vrije tijd.
- Welke content die studenten appreciëren om in contact te komen met scholen.

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen van de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
 - a. Wat sprak u aan in deze opleiding?
2. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
 - a. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
3. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
4. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
5. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
 - a. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
6. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
7. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
8. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
9. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
10. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
11. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
 - a. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
12. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
13. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Zoekwoordenonderzoek

Het zoekwoordenonderzoek werd uitgevoerd met als doel te achterhalen welke onderwerpen 18-jarigen intikken als ze meer te weten willen komen over een opleiding. Het doel van het zoekwoordenonderzoek was om te achterhalen welke termen, die te maken hebben met de bachelor Communicatie, het meeste zoekvolume hebben. Zo kan er met dit inzicht worden gewerkt aan een mogelijke optimalisatie voor de online platformen.

Onderzoeksresultaten

1. Conclusie zoekwoordenonderzoek

SEO en SEA bevindt zich in de Awareness en Interest fase van de AIDA-funnel. Daarom bevinden de (toekomstige) studenten die de bachelor Communicatie via Google opzoeken zich in dezelfde fases. De meest gezochte zoekwoorden tijdens deze fases zijn:

- De verschillende scholen;
- Onderwijskiezer;
- Columbus test.

Naast deze zoekwoorden zijn er ook nog andere zoekwoorden die frequent opgezocht worden. Deze zoekwoorden tonen dan ook het belang aan van de long-tail keywords om de doelgroep te bereiken.

2. Conclusie diepte-interviews

Ongeacht het studiejaar of achtergrondopleiding, blijkt uit de interviews dat praktijkgerichtheid een centraal aspect van de bachelor Communicatie is. Zowel eerstejaars studenten als derdejaars studenten en studenten met een verkort traject benadrukken het belang van praktijkervaring en het contact met het werkveld. Dit benadrukt de trend waarbij studenten steeds meer waarde hechten aan de praktische toepassing van kennis boven puur theoretisch leren. De focus op creativiteit, variatie en het ontwikkelen van vaardigheden die direct toepasbaar zijn in de professionele wereld, vormen kernpunten in hun keuze voor deze bachelor.

a. Eerstejaars studenten

De geïnterviewden hechten allemaal belang aan verscheidene aspecten. Toch waren er een viertal aspecten die terugkwam bij elke interview. Dit waren de volgende:

- Door de ervaring en het enthousiasme van familieleden en/ of vrienden hebben ze besloten om de bachelor Communicatie te studeren.
- Na het middelbaar hebben de respondenten ontdekt dat time management in het hoger onderwijs cruciaal is vergeleken met het middelbaar. Sommige hebben dit al beter onder de knie dan anderen.
- Deze studenten hebben nog maar één semester achter de rug, maar ze hebben elk een mooie en belangrijke tip meegegeven aan toekomstige studenten.
 - o "Neem actief deel aan de lessen."
 - o "Hou de lessen goed bij doorheen het semester."
 - o "Begin tijdig met het studeren tijdens de examenperiode."
- De belangrijkste redenen waarom respondenten voor deze bachelor hebben gekozen, zijn creativiteit en praktisch nut. Er wordt steeds meer belang gehecht aan de praktische kant dan aan de theoretische kant van een bachelor.

b. Derdejaars studenten

Ook hier hechten de geïnterviewden allemaal belang aan verscheidene aspecten. Toch waren er een drietal aspecten die terugkwam bij elke interview. Dit waren de volgende:

- De bachelor is veelzijdig en creatief. Dit is een belangrijk gegeven voor de studenten, omdat zij op deze manier steeds meer verschillende opties hebben voor in de toekomst. Deze toekomstopties zijn een belangrijk aspect voor de respondenten, omdat zij in het laatste jaar zitten en nu een beslissing moeten nemen om in het werkveld te stappen of om nog verder te studeren.
- Het creëren van visuele content is een zeer aantrekkelijk factor voor de studenten. Een andere aantrekkelijke factor is de variatie. Zoals eerder vermeld, biedt de variatie meerdere toekomstmogelijkheden.
- Net zoals de respondenten uit het eerste jaar wordt er veel belang gehecht aan de praktijk.

c. Studenten met een verkort traject

De geïnterviewden hebben voordien nog een bachelor gedaan. In deze interviews zijn er dan ook redelijk veel gelijkenissen terug te vinden, zoals:

- "Doordat deze studenten al ervaring hebben met het hoger onderwijs en een bachelor, hechten ze veel belang aan het contact met het werkveld.
- De respondenten hebben ervoor gekozen om dit verkorte traject van de bachelor te volgen omdat ze het essentieel vonden om deze creatieve, maar ook actuele aspecten naast hun andere bachelor te leren.
- Net zoals de respondenten uit het eerste en het derde jaar wordt er veel belang gehecht aan de praktijk.

Doorheen de diepte-interviews waren er verschillende gelijkenissen terug te vinden op vlak van de keuze voor de bachelor, de extra overtuigingen om de bachelor te doen en enkele tips. Hieronder de gelijkenissen per criteria.

Keuze voor de opleiding

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Docenten vorige opleiding• Creatief• Innovatief• Zelfstandig• Ruim• Proeflessen | <ul style="list-style-type: none">• Sociaal• Opendeurdag III• Boeken kijken• Familie & vrienden• Docenten |
|--|---|

Na het bekijken van wat studenten aantrekt in deze bachelor, is het duidelijk dat hun keuze gebaseerd is op verschillende factoren. Ze willen docenten die diverse achtergronden hebben en veel expertise, zodat ze veel kunnen leren en vanuit verschillende perspectieven kunnen kijken. Voor hen is het ook superbelangrijk dat ze creatief kunnen zijn en nieuwe dingen kunnen bedenken, en ze willen een omgeving waarin ze zelfstandig kunnen zijn en dingen kunnen uitproberen. Tijdens de open dagen vinden ze het fijn om met anderen te praten en interactief bezig te zijn, omdat ze het belangrijk vinden om zich verbonden te voelen en actief te kunnen leren.

Natuurlijk speelt ook de steun van familie en vrienden een grote rol in hun beslissing, en ze zijn geïnteresseerd in wat ze zullen leren en welke boeken ze kunnen gebruiken. Al met al kiezen ze voor deze bachelor vanwege een mix van academische, sociale en persoonlijke redenen die perfect passen bij hun eigen behoeften en dromen.

Extra overtuigingen om voor de opleiding te kiezen

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| • Verkort traject (1 jaar) II | • School bezoeken |
| • Interesses | • Lesmateriaal II |
| • Onderzoek | • Locatie II |
| • Academisch | • Opdrachten |
| • Contact met het werkveld II | • Duidelijke feedback |
| • Theorie naar praktijk III | • Variatie III |
| • Vrijstellingen | • Differentiatiegroepen qua niveau |
| • Sociale media | • Modern |
| • Hedendaags III | • Mogelijke stageplaatsen |
| • Toegankelijke docenten IIIII | • Alumni |
| • Creatief IIIII | • Het graag doen |
| • Uitdagend | • Veel verschillende activiteit |
| • Vrijheid II | • Brochures downloaden |
| • Laagdrempelig | • Vaste klasgroep |
| • Expressief | • Engels |
| • Veelzijdig | • Voldoening |
| • Visuele manier om content te maken | • Doelgericht |

Na een goed gesprek met de studenten, wordt het echt duidelijk waarom ze zo enthousiast zijn over deze bachelor. Verkorte traject studenten zijn gewoon dol op het idee van dat verkorte jaartje (1 jaar), waarin ze kunnen uitvinden wat hen echt interesseert. Het feit dat alle jaren hier zowel theorie als praktijk krijgen, en meteen kunnen zien hoe alles wat de studenten leren in het echte leven van pas komt, vinden ze geweldig.

De vriendelijke vibe en creatieve benadering van de docenten spraken hen ook enorm aan. Ze zijn echt blij met de afwisseling in lesmateriaal en opdrachten, waardoor elke dag weer anders is. En het feit dat de bachelor zo modern en levendig is, met kansen voor stages en connecties maken met oud-studenten, maakt het alleen maar beter. Maar wat hen écht over de streep trok, is het gevoel van voldoening dat ze krijgen van het doelgerichte karakter van de bachelor, en hoe leuk ze het vinden om allerlei verschillende activiteiten te doen, samen met het gevoel van verbondenheid met hun klasgenoten.

Enkele tips voor de opleiding

- Video II
- Actueel / Trends II
- Professioneel
- Buiten de lessen tonen
- To-the-point communiceren III
- Studenten tonen
- Take-over alumnus / student
- Dynamisch
- Achter de schermen II
- Relatable content II
- Tonen dat het van Howest is II
- Grote duidelijke titel
- Gastcolleges meer tonen
- Omgeving meer tonen
- Monochroom
- Comfortabel
- Samenhangigheid / diversity & inclusivity meer in de kijker zetten

Na het horen van de studenten zijn er echt nuttige suggesties gekomen om hoe we met toekomstige studenten communiceren te verbeteren. Ze vinden het belangrijk dat we video's en actuele informatie gebruiken om te laten zien hoe professioneel en dynamisch onze bachelor is. Ook zeiden ze dat we meer van onze studenten en alumni moeten laten zien buiten de lessen, zodat anderen een beter idee krijgen van wat het echt betekent om hier te studeren.

Duidelijke, directe titels zijn volgens hen ook essentieel om onze boodschap goed over te brengen. En ze willen meer zien van de omgeving, achter de schermen en gastcolleges, samen met het benadrukken van diversiteit en inclusie. Ze denken ook dat we onze communicatie wat meer in lijn kunnen brengen met wie we zijn door monochrome en comfortabele ontwerpelementen te gebruiken. Het monochroom aspect op de tijdlijn kwam vaak voor bij de studenten. Doorheen het scrollen zie je vaak allemaal beelden in kleur, maar een monochroom beeld niet terwijl dit juist meer opvalt. Met deze ideeën denken ze dat we toekomstige studenten beter kunnen bereiken en aanspreken.

CONCLUSIE

6

Conclusie literatuurstudie

De studie laat zien dat het écht begrijpen en toepassen van SEO en digitale marketing een hele mix van skills vereist. Het gaat niet alleen om het technische gedeelte, maar ook om het menselijke aspect ervan. Denk aan hoe mensen interactie uitvoeren op verschillende momenten tijdens hun 'reis' van interesse tot actie.

Het is alsof je een soort routekaart hebt, zoals dat model van Kaushik dat de fases van klantinteractie beschrijft: See, Think, Do, en Care. Elk van deze fasen vraagt om een specifieke aanpak om het juiste resultaat te behalen.

Als het gaat om SEO, is het niet alleen maar over het strooien met wat zoekwoorden hier en daar. Het draait om het creëren van waardevolle content, het leggen van relevante connecties met andere websites en het zorgen dat jouw pagina's snel en gemakkelijk te vinden zijn. Al die dingen samen tillen je naar een hoger niveau in de zoekmachines.

Wat ik ook interessant vond, is hoeveel de vele verschillende skills digitale marketeers nodig hebben. Het gaat niet alleen om de technische kant; communicatie, teamwork en creativiteit zijn net zo belangrijk. En omdat de digitale wereld zo snel verandert, moeten ze ook bereid zijn om altijd bij te leren.

Het vermijden van fouten is ook cruciaal. Het gaat niet alleen om wat je doet, maar ook om wat je niet moet doen. Als je bijvoorbeeld probeert zoekmachines te misleiden of klakkeloos de strategieën van je concurrenten kopieert, kom je uiteindelijk van een koude kermis thuis.

Dus, samengevat: SEO en digitale marketing zijn een beetje als een dans. Het vraagt om een combinatie van vaardigheden, inzicht in technologie en een flinke dosis menselijkheid. Maar als je het goed doet, kun je echt een connectie maken met je publiek en succes boeken in de digitale jungle.

Conclusie onderzoeksresultaten

Wat echt opvalt uit zowel het zoekwoordenonderzoek als de diepte-interviews met studenten Communicatie is hoe belangrijk praktijkervaring voor hen is. Of ze nu aan het begin staan, ergens halverwege zitten of een verkort traject volgen, één ding is duidelijk: ze kunnen niet zonder die hands-on ervaring.

Het is niet zomaar een extraatje; het is een essentiële behoefte. Ze willen kunnen bouwen, experimenteren en vooral vaardigheden ontwikkelen die ze meteen kunnen toepassen in het echte leven. Dat is waarom ze voor Communicatie hebben gekozen: het biedt hun diverse mogelijkheden. Of het nu gaat om het maken van mooie content, het hebben van verschillende carrièrepaden, of gewoon leren hoe ze kunnen schitteren op de werkvloer. Praktijk is en blijft hun levenslijn.

Het feit dat deze honger naar praktijkervaring door de jaren heen zo sterk blijft, zegt veel. Het toont aan hoezeer studenten snakken naar die echte, hands-on benadering in hun leertraject. Het betekent dat de bachelor echt moet investeren in praktijkgericht leren en het nog meer op de kijker moet zetten, zodat (toekomstige) studenten kunnen uitgroeien tot professionals die klaar zijn voor alles wat de echte wereld op hen afvuurt.

De inzichten van de studenten zijn waardevol gebleken in het begrijpen van wat hen aantrekt tot onze bachelor. Hun nadruk op diversiteit, creativiteit, zelfstandigheid en verbondenheid weerspiegelt onze inzet om een stimulerende leeromgeving te bieden. De suggesties voor verbetering in onze communicatie, zoals het gebruik van video's, het tonen van het studentenleven en het benadrukken van diversiteit, zullen ons helpen om beter aan te sluiten bij potentiële studenten. Met hun input kunnen we ons blijven richten op het vervullen van de behoeften en verwachtingen van onze studenten, terwijl we onze bachelor blijven verbeteren en verrijken.

Eindconclusie

De diepgaande analyse van zowel SEO en digitale marketing als de rol van praktijkervaring in communicatieonderwijs biedt een holistisch inzicht in de behoeften en verwachtingen van studenten. Het benadrukt het belang van een gebalanceerde aanpak die zowel technische expertise als menselijke vaardigheden omvat. Door te investeren in praktijkgericht leren en het benadrukken van diversiteit, creativiteit en verbondenheid, kunnen we een stimulerende en relevante leeromgeving creëren die aansluit bij de behoeften van onze studenten.

Deze strategieën zullen niet alleen helpen om potentiële studenten aan te trekken, maar ook om hen voor te bereiden op succes in een steeds veranderende digitale wereld. De inzichten van de studenten geven aan dat ze niet alleen op zoek zijn naar theoretische kennis, maar ook naar de mogelijkheid om die kennis toe te passen in praktische scenario's. Dit benadrukt de noodzaak van hands-on ervaring en een curriculum dat flexibiliteit biedt om zich aan te passen aan nieuwe ontwikkelingen in het vakgebied.

Het is duidelijk dat een effectieve communicatie met toekomstige studenten essentieel is. Door gebruik te maken van video's, het tonen van het studentenleven en het benadrukken van diversiteit in onze communicatie, kunnen we een krachtige boodschap overbrengen die aansluit bij de verwachtingen van potentiële studenten. Door voortdurend te blijven luisteren naar de feedback van studenten en ons onderwijsaanbod daarop af te stemmen, kunnen we ervoor zorgen dat onze bachelor blijft evolueren en voldoen aan de behoeften van de studenten en de eisen van de steeds veranderende digitale industrie.

Uit de conclusie wordt er besloten om te kijken naar twee opties in de digitale marketing wereld. Voor de SEO kant wordt er gebruik gemaakt van twee content briefs. Een content brief biedt een mogelijke optimalisatie voor deze pagina zodat de bachelor meer gevonden zal worden. Voor de SEA kant wordt er gebruik gemaakt van een Google Ads Template. De template kan, indien nodig, meteen gebruikt worden door middel van alle gegevens in te vullen op Google Ads.

COMMUNICATIE PRODUCT

7

Communicatieproducten

Content Brief

Als eerste communicatieproduct is er gekozen voor een content brief. Hier werd er gekeken naar de opleidingspagina van Communicatie op de website van Howest. Een content brief biedt een mogelijke verbetering voor deze pagina zodat de bachelor meer gevonden zal worden. Er zullen twee content briefs worden opgesteld voor twee verschillende zoekmogelijkheden. Vervolgens is de eerste zoekmogelijkheid gefocust op de doelgroep die specifiek zoekt naar de richting "communicatie". Tot slot is de tweede zoekmogelijkheid gefocust op wat dat 18-jarigen op zoeken tijdens hun zoektocht naar een studie.

De content briefs geven telkens een suggestie mee voor een extra paragraaf die kan toegevoegd worden op de website voor om te weten welke on page seo optimalisatie en welke content er ontbreekt om goed te ranken.

Google Ads template

Het tweede communicatieproduct is een Google Ads template. Deze template kan, indien nodig, meteen gebruikt worden door middel van alle gegevens in te vullen op Google Ads. Er is voor Google Ads gekozen, omdat de website dan automatisch bovenaan de zoekresultatenpagina terecht komt.

Bij deze template wordt er gebruik gemaakt van drie verschillende doelgroepen. De ene doelgroep is specifiek gericht op de doelgroep die zoekt naar de richting "communicatie". De tweede doelgroep is gericht op wat dat 18-jarigen op zoeken tijdens hun zoektocht naar een studie. Tot slot is de laatste doelgroep gefocust op studenten die mogelijk een verkort traject willen doen na een vorige opleiding.

Content Brief 1

Onderwerp	Howest > opleidingen > bachelor > communicatie
Focus Keyword	studiekiezer
Datum	05/06/2024
Van	Online Marketing Monkey
Aan	Howest - Communicatie
URL	aan te maken > https://www.howest.be/nl/opleidingen/bachelor/communicatie/studiekiezer

1. Zoekwoordenonderzoek

☐ Zoekwoord (op relevantie)	Gem. maandelijkse zoekopdrachten	Wijziging over maand	Wijziging jaar (ja)	Concurrentie
Zoekwoorden die u heeft opgegeven				
☐ studiekiezer	1.300	-38%	0%	Laag
☐ studiewijzer	1.300	-45%	-12%	Laag
☐ wat te studeren	10	0%	0%	Laag
Suggesties voor zoekwoorden				
☐ studiewijzer hbo	10	+∞	+∞	Laag
☐ studiewijzer mbo	10	0%	-100%	—
☐ studiewijzer universiteit	10	-67%	0%	Laag
☐ hoe kan je goed studeren	30	-50%	0%	Laag

Focus keyword
studiekiezer

Waarom studiekiezer?

Ik heb gekozen voor het woord studiekiezer, omdat dit veel zoekvolume heeft en andere scholen daar al op inspelen maar Howest niet. Huidige studenten Communicatie hebben aangegeven dat ze studiekiezer hebben gebruikt om een opleiding te vinden.

Zoekwoordenonderzoek

Het zoekwoordenonderzoek vond plaats op 1 mei 2024. Dit werd gedaan met de tool zoekwoordenplanner van Google.

Doel van de post

Door meer in te spelen op het zoekwoord studiekiezer kan het gebeuren dat de opleiding sneller gevonden zal worden door (potentiële) studenten en dat er zo weer een (eventuele) toename aan studiekiezers is.

2. Ranking Howest op 'studiekiezer'

Ranking voor Howest op Google.be (op 01/05/2024):

n.v.t

3. Concurrentie & aantal te schrijven woorden

Aantal woorden in artikel nu:

600

Gem. aantal woorden in artikel concurrentie:

295

Advies Aantal woorden bij te schrijven:

minstens 50 - 100

Uiteindelijk aantal woorden:

669

Ranking Top SEO

- 1) UGent Studiekiezer
- 2) Onderwijskiezer
- 3) Studiekiezers - Luci.be
- 4) Onderwijskiezer - Hoger Onderwijs
- 5) +SO WIJS! Studiekiezer

4. Relevante thema's

- Studie-inhoud
- Hoe de juiste studierichting kiezen

5. Mensen vragen ook

People also ask :

Hoe kies je de juiste studierichting?



Welke studierichtingen zijn er allemaal?



Wat Simon zegt?



Hoe moet je een studie kiezen?



Welke studierichting is het zwaarst?



Wat is de moeilijkste richting in middelbaar?



Wat is de moeilijkste studie in België?



Wat is de moeilijkste universiteit in België?



Wat is de moeilijkste richting in België?



Wat is de kortste opleiding?



Welke opleidingen worden het meest gekozen?



Wat zijn de beste richtingen?



Feedback

6. Must-haves toe te voegen zoekwoorden (in volgorde van prioriteit)

- Studiekiezer
- Studiewijzer

7. On page in GSC

- html wordpress artikel controleren/opschonen
- controleer interne en externe links
 - o <https://www.howest.be/nl/inschrijven>
- voeg relevante foto & infographic toe
- Controleer de alt-tags
- Optimaliseer de header-tags
- optimaliseer paginatitel + metabeschrijving
 - o **Paginatitel:** Bachelor Communicatie | Howest
 - o **Metabeschrijving:** Communicatie studeren in Kortrijk? Wij leren je communiceren met effect, copywriting, storytelling én grafisch ontwerpen. Welkom bij Howest!
- Yoast smiley SEO (niet leesbaar)
- Zoeken naar externe link partners, zie voorbeeld
 - o <https://www.onderwijskiezer.be/>
- Zoeken naar interne links
 - o <https://www.howest.be/fs/documents/2425COM-short-opleidingsprogrammaCMYK-lq.pdf>
- aanpassen publicatiedatum
 - o 05/06/2024
- fetchen in Google Search Console
- Rapportage: zoekterm toevoegen in SearchMetrics dashboard

8. Content zelf

Weet je nog niet zeker of Communicatie jouw ding is? Maak gebruik van **studiekiezer**! Studiekiezer helpt jou om nog meer duidelijkheid te verkrijgen over je (toekomstige) opleiding.

Als je het daarna nog niet zeker weet of Communicatie 100% je ding zal zijn? Bekijk eens **ons opleidingsprogramma**. Met al die verschillende modules in ons programma is er altijd voor iedereen een eigen plekje. Vervul je passie voor Communicatie aan Howest.

Linking bij **studiekiezer**

<https://www.onderwijskiezer.be/>

Linking bij **ons opleidingsprogramma**

<https://www.howest.be/fs/documents/2425COM-short-opleidingsprogrammaCMYK-lq.pdf>



Content Brief 2

Onderwerp	Howest > opleidingen > bachelor > communicatie
Focus Keyword	bachelor communicatie
Datum	05/06/2024
Van	Online Marketing Monkey
Aan	Howest - Communicatie
URL	https://www.howest.be/nl/opleidingen/bachelor/communicatie

1. Zoekwoordenonderzoek

☐ Zoekwoord (op relevantie)	Gem. maandelijke zoekopdrachten	Wijziging over maand	Wijziging jaar t/ja	Concurrentie
Zoekwoorden die u heeft opgegeven				
☐ bachelor communicatie	210 	-35%	+55%	Laag
Suggesties voor zoekwoorden				
☐ hbo bachelor communicatie	10 	+∞	0%	Laag
☐ bachelor communicatiewetenschappen	210 	-35%	+55%	Laag
☐ communicatie bachelor	210 	-35%	+55%	Laag

Focus keyword

bachelor communicatie

Waarom bachelor communicatie?

Bachelor communicatie is een belangrijke term om de opleiding terug te vinden. Deze term heeft vervolgens ook een groot zoekvolume.

Zoekwoordenonderzoek

Het zoekwoordenonderzoek vond plaats op 19 mei 2024. Dit werd gedaan met behulp van de zoekwoordenplanner van Google.

Doel van de post

Door een nieuwe paragraaf toe te voegen over storytelling zal er meer aandacht verkregen worden van een (potentiële) nieuwe student.

2. Ranking Howest op 'bachelor communicatie'

Ranking voor Howest op Google.be (op 19/05/2024):

#4

3. Concurrentie & aantal te schrijven woorden

Aantal woorden in artikel nu:	600
Gem. aantal woorden in artikel concurrentie:	1870
Advies Aantal woorden bij te schrijven:	minstens 50
Uiteindelijk aantal woorden:	686

Ranking Top SEO

- 1) Artevelde
- 2) AP Hogeschool Antwerpen
- 3) Erasmus Hogeschool
- 4) Howest
- 5) Thomas More

4. Relevante thema's

- Wat is bachelor communicatie

5. Mensen vragen ook

People also ask :

Wat kan je doen met bachelor communicatie?



Wat is bachelor communicatie?



Welke banen kun je doen met communicatie?



Welke beroepen kun je worden met communicatiewetenschappen?



Wat is een bachelor communicatie?



Is communicatie een makkelijke studie?



Wat verdien je na communicatiewetenschappen?



Is media en communicatie een goede opleiding?



Hoe lang duurt bachelor communicatiewetenschappen?



Feedback

6. Must-haves toe te voegen zoekwoorden (in volgorde van prioriteit)

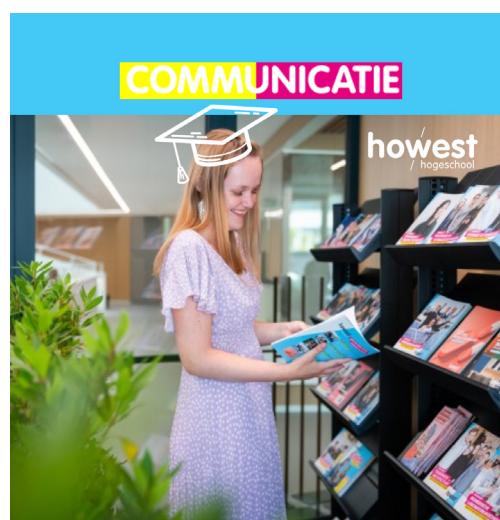
- bachelor communicatie

7. On page in GSC

- html wordpress artikel controleren/opschonen
- controleer interne en externe links
 - o <https://www.howest.be/nl/inschrijven>
- voeg relevante foto & infographic toe
- Controleer de alt-tags
- Optimaliseer de header-tags
- optimaliseer paginatitel + metabeschrijving
 - o **Paginatitel:** Bachelor Communicatie | Howest
 - o **Metabeschrijving:** Communicatie studeren in Kortrijk? Wij leren je communiceren met effect, copywriting, storytelling én grafisch ontwerpen. Welkom bij Howest!
- Yoast smiley SEO (niet leesbaar)
- Zoeken naar externe link partners, zie voorbeeld
- Zoeken naar interne links
- aanpassen publicatiedatum
 - o 05/06/2024
- fetchen in Google Search Console
- Rapportage: zoekterm toevoegen in SearchMetrics dashboard

8. Content zelf

Als kritisch ingestelde student in de bachelor Communicatie wil je graag alles doorgronden. Met jouw scherpe blik begrijp je waarom de ene artisanale limonade beter communiceert dan de andere en ontdek je de bouwstenen van effectieve communicatiestrategieën en campagnes. Je leert zelf copywriten, social video's maken, overtuigend presenteren en je voelt je snel thuis in de digitale wereld, zodat je uitblinkt in jouw gekozen rol.



Google Ads Advertentiegroep 1

Responsieve ads Howest + communicatie + 05/06/2024

	Campagne 1	Algemeen
	Advertentiegroep 1	18-jarigen
	Advertentie 1	
URL	https://www.howest.be/nl/opleidingen/bachelor/communicatie	
Weergavepad	/communicatie/	
Kop 1 (30 tekens)	praktische opleiding	20
Kop 2 (30 tekens)	praktijkgerichte opleiding	26
Kop 3 (30 tekens)	communicatie met praktijk	25
Kop 4 (30 tekens)	praktijkgerichte bachelor	25
Kop 5 (30 tekens)	praktische bachelor	19
Kop 6 (30 tekens)	praktijkgericht leren	21
Kop 7 (30 tekens)	bachelor met praktijkfocus	26
Kop 8 (30 tekens)	studeer communicatie praktisch	29
Kop 9 (30 tekens)	hands on communicatie opleiding	31
Kop 10 (30 tekens)	de hands-on bachelor	20
Kop 11 (30 tekens)	communicatie praktijkgericht	28
Kop 12 (30 tekens)	opleidind met praktijk	22
Kop 13 (30 tekens)	bachelor met praktijk	21
Kop 14 (30 tekens)	communicatie: praktijk eerst	28
Kop 15 (30 tekens)	praktijkgericht communicatie ba	31

Kop 16 (30 tekens)		0
Kop 17 (30 tekens)		0
Kop 18 (30 tekens)		0
Kop 19 (30 tekens)		0
Kop 20 (30 tekens)		0
Beschrijving 1 (90 tekens)	Zoek je een creatieve opleiding die zich focust op de praktijk? Communicatie is the choice	90
Beschrijving 2 (90 tekens)	Bachelor Communicatie: hands-on ervaring en direct toepasbare kennis. Meld je nu aan!	85
Beschrijving 3 (90 tekens)	Bachelor Communicatie: focus op praktijk. Klaar voor een succesvolle toekomst!	78
Beschrijving 4 (90 tekens)	Communicatie Bachelor: praktijkgericht leren. Word een expert in het vakgebied!	79
Ad-extensies	praktijkgericht	
	hands-on ervaring	
	creativiteit	
Highlight-extensies (25 tekens)	https://www.howest.be/nl/inschrijven	
	https://www.howest.be/nl/contact	

	https://www.howest.be/nl/opleidingen	
Bel-extensie	0456 24 12 90	
Regio targetting	West - Vlaanderen	
Dag Budget	€50,00	
	Zoekwoorden	
	welke studierichting past bij mij	
	wat na het secundair	
	wat wil ik studeren	
	welke studies zijn er	
	studiekeuze	

Google Ads Advertentiegroep 2

Responsieve ads Howest + communicatie + 05/06/2024		
	Campagne 1	Algemeen
	Advertentiegroep 2	Verkort traject
	Advertentie 2	
URL	https://www.howest.be/nl/opleidingen/bachelor/communicatie	
Weergavepad	/communicatie/	
Kop 1 (30 tekens)	Storytelling opleiding	22
Kop 2 (30 tekens)	Opleiding met project werk	26
Kop 3 (30 tekens)	Opleiding met content creatie	29
Kop 4 (30 tekens)	Leer wat storytelling is	24
Kop 5 (30 tekens)	Een hands-on opleiding	22
Kop 6 (30 tekens)	Een creatieve opleiding	23
Kop 7 (30 tekens)	Studie digitale communicatie	28
Kop 8 (30 tekens)	Een studie waar je thuis bent	29
Kop 9 (30 tekens)	Storytelling opleiding	22
Kop 10 (30 tekens)	Creativiteit op jouw maat	25
Kop 11 (30 tekens)	De opleiding van je dromen	26
Kop 12 (30 tekens)	Een zeer diverse opleiding	26
Kop 13 (30 tekens)	Samenhorige opleiding	21
Kop 14 (30 tekens)	Studie van je dromen	20
Kop 15 (30 tekens)	Praktisch creatieve opleiding	29
Kop 16 (30 tekens)		0
Kop 17 (30 tekens)		0
Kop 18 (30 tekens)		0
Kop 19 (30 tekens)		0
Kop 20 (30 tekens)		0
Beschrijving 1 (90 tekens)	Ben je binnenkort afgestudeerd & wil je aan content creatie doen? Communicatie = de keuze!	90
Beschrijving 2 (90 tekens)	Binnenkort afgestudeerd & op zoek naar een storytelling opleiding? Kies voor Communicatie!	90
Beschrijving 3 (90 tekens)	Nog steeds op zoek naar een creatieve opleiding? Communicatie is dan beter jouw keuze!	86
Beschrijving 4 (90 tekens)	Ben jij creatief of op zoek naar project werk? Communicatie heeft voor iedereen iets!	85
Ad-extensions	samenhorigheid creativiteit hand-on ervaring diversiteit	
Highlight-extensions	https://www.howest.be/nl/campussen https://www.howest.be/nl/inschrijven https://www.howest.be/nl/contact	

	https://www.howest.be/nl/opleidingen	
Bel-extensie	0456 24 12 90	
Regio targetting	West - Vlaanderen	
Dag Budget		€50,00
	Zoekwoorden	
	interculturele communicatie	
	digitale communicatie	
	storytelling	
	creatieve opleiding	
	content creatie	
	project werk	

Google Ads Advertentiegroep 3

Responsieve ads Howest + communicatie + 05/06/2024		
	Campagne 1	Algemeen
	Advertentiegroep 3	Richting
	Advertentie 3	
URL	https://www.howest.be/nl/opleidingen/bachelor/communicatie	
Weergavepad	/communicatie/	
Kop 1 (30 tekens)	Bachelor communicatie	21
Kop 2 (30 tekens)	Communicatie management	23
Kop 3 (30 tekens)	Opleiding communicatie	22
Kop 4 (30 tekens)	Bachelor studie communicatie	28
Kop 5 (30 tekens)	Studeer communicatie	20
Kop 6 (30 tekens)	Kies voor communicatie	22
Kop 7 (30 tekens)	Bachelor opleiding	18
Kop 8 (30 tekens)	Praktische opleiding	20
Kop 9 (30 tekens)	Creative opleiding	19
Kop 10 (30 tekens)	Persoonlijke opleiding	22
Kop 11 (30 tekens)	Opleiding op jouw maat	22
Kop 12 (30 tekens)	Een zeer diverse opleiding	26
Kop 13 (30 tekens)	Samenhorige opleiding	21
Kop 14 (30 tekens)	Studie van je dromen	20
Kop 15 (30 tekens)	Praktisch creatieve opleiding	29
Kop 16 (30 tekens)		0
Kop 17 (30 tekens)		0
Kop 18 (30 tekens)		0
Kop 19 (30 tekens)		0
Kop 20 (30 tekens)		0
Beschrijving 1 (90 tekens)	Ben je binnenkort afgestudeerd & wil je creatief zijn? Bachelor communicatie = de keuze!	88
Beschrijving 2 (90 tekens)	Binnenkort afgestudeerd & op zoek naar iets creatiefs? Kies voor de bachelor communicatie!	90
Beschrijving 3 (90 tekens)	Op zoek naar een creatieve opleiding? De bachelor communicatie is dan de ideale keuze!	86
Beschrijving 4 (90 tekens)	Ben jij creatief & zoek je dit in je studie? Dan is bachelor communicatie iets voor jou!	88
Ad-extensions	samenhorigheid creativiteit hand-on ervaring diversiteit	
Highlight-extensions	https://www.howest.be/nl/campussen https://www.howest.be/nl/inschrijven https://www.howest.be/nl/contact	

	https://www.howest.be/nl/opleidingen	
Bel-extensie	0456 24 12 90	
Regio targetting	West - Vlaanderen	
Dag Budget	€50,00	
	Zoekwoorden	
	Communicatie	
	Bachelor communicatie	
	Communicatiemanagement	
	Communicatiesupport	

REFLECTIE

8

Reflectie

Het proces van de bachelorproef verliep soms wat moeizamer dan verwacht. Qua tijdsplanning was er echter een ideaal moment ingepland. In februari waren er drie weken waarin er volop gewerkt kon worden aan de bachelorproef. Deze drie weken hebben enorm geholpen om een eigen planning op te stellen en deze te volgen.

Voor het onderzoek was het moeilijk om drie eerstejaarsstudenten te vinden. Velen stonden er namelijk niet voor open en reageerden niet op het bericht. Maar uiteindelijk heb ik toch drie zeer enthousiaste eerstejaarsstudenten gevonden die bereid waren om deel te nemen aan het onderzoek. Hierdoor kreeg ik een positief gevoel over de bachelorproef tijdens de onderzoeksperiode.

Het bedenken van het uiteindelijke communicatieproduct was een wat moeilijkere keuze, omdat er met deze bachelorproef veel verschillende kanten op gegaan kon worden. De vereiste creativiteit was gedurende het proces soms moeilijk te vinden, maar met genoeg steun en hulp van de Online Marketing Monkey collega's is alles in orde gekomen.

Dankzij de hulp uit verschillende hoeken gedurende deze periode kan ik concluderen dat ik trots ben op wat ik in deze maanden gecreëerd heb. Het was niet altijd gemakkelijk, maar uiteindelijk is alles goed gekomen. Elke struggle is overwonnen en leerzaam geweest. Zonder fouten te maken was deze bachelorproef niet ontstaan. Concluderend was dit een leerrijk proces.

Doorheen het proces zijn er fouten gemaakt, maar heb ik ook uit mijn fouten geleerd.

LITERATUUR STUDIE

9

Literatuurstudie

- Bonderud, D. (2022, lente). *How to Use Custom Affinity Audiences: From Creation to Stellar ROI*. Hubspot. Geraadpleegd op 5 januari 2024. <https://blog.hubspot.com/marketing/custom-affinity-audiences>
- Browning, L. M. (2024, juni 13). The AIDA Model: A Proven Framework for Converting Strangers Into Customers. Geraadpleegd op 5 augustus 2024. <https://blog.hubspot.com/marketing/aida-model>
- Campaign College Online. (2023, 11). *What Skills Do You Need for Marketing in 2023?* Geraadpleegd op 9 januari 2024. <https://online.champlain.edu/blog/what-skills-do-you-need-for-marketing>
- Doyle. (2019). *What Are Soft Skills?* *The Balance*. Geraadpleegd op 13 december 2023. <https://www.thebalancemoney.com/what-are-soft-skills-2060852>
- Edgar, M. (2023). *Tech SEO Guide: A Reference Guide for Developers and Marketers Involved in Technical SEO*. Apress. Geraadpleegd op 20 oktober 2023. <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-9054-5>
- Fontanella, C. (2023, september 18). *How to Calculate Customer Lifetime Value (CLV) & Why It Matters*. Geraadpleegd op 28 december 2023. <https://blog.hubspot.com/service/how-to-calculate-customer-lifetime-value>
- Fortin, D. (2023, september 28). *How to Create an SEO Strategy for 2023*. Hubspot. Geraadpleegd op 30 december 2023. <https://blog.hubspot.com/marketing/seo-strategy>
- Google Ads. (2023, maart 20). *Google Display Network (GDN) Targeting*. Google Ads. Geraadpleegd op 5 januari 2024. https://ads.google.com/intl/en_us/home/resources/articles/reach-larger-new-audiences/
- Groenemans, J. (2017, januari 27). *Wat zijn Rich snippets en hoe werkt het?* Geraadpleegd op 23 maart 2024. <https://www.onlinemarketingmonkey.be/blog/rich-snippets>
- Hurlburt-Lawton, P. (2023, herfst). *Google Ads for YouTube: The Ultimate Guide – Solutions 8*. Sol8. Geraadpleegd op 5 januari 2024. <https://sol8.com/google-ads-for-youtube/>
- Indeed Editorial Team. (2022, 10). *The Importance of Human Relations (With Definition)*. Indeed. Geraadpleegd op 9 januari 2024. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/importance-of-human-relations>
- Jansen, M. (2020). *De kleine SEO voor Dummies*. Geraadpleegd op 24 december 2023. <https://ebook.yourcloudlibrary.com/library/deBib/detail/3hqpf89>
- Kaushik, A. (2013, juli 22). *See, Think, Do: A Content, Marketing, Measurement Business Framework. Occam's Razor by Avinash Kaushik*. Geraadpleegd op 28 december 2023. <https://www.kaushik.net/avinash/see-think-do-content-marketing-measurement-business-framework/>
- Kovacs, I. (2021). *Digital Marketing Soft Skills and University Students' Perceptions of Employability*. GILE Journal of Skills Development, 1(1), Article 1. Geraadpleegd op 13 december 2023 <https://doi.org/10.52398/gjsd.2021.v1.i1.pp25-36>

Kovacs, I., & Zarandne, K. V. (2022, maart). DIGITAL MARKETING EMPLOYABILITY SKILLS IN JOB ADVERTISEMENTS - MUST-HAVE SOFT SKILLS FOR ENTRY-LEVEL WORKERS: A CONTENT ANALYSIS - ProQuest. Geraadpleegd op 13 december 2023. <https://www.proquest.com/openview/f10a2bf5b36d56fc1608bf392dcda77f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1416337>

Mailchimp. (z.d.). *What Are Backlinks? How To Get Backlinks*. Mailchimp. Geraadpleegd 9 januari 2024, van <https://mailchimp.com/marketing-glossary/backlinks/>

Mészáros, A. (2017). *Labour market expectations towards higher education*. In *Proc. 10th Research/Expert Conference with International Participants*. Quality. Geraadpleegd op 9 januari 2024.

Ong, S. Q. (2023, november 30). *How to Launch an SEO Campaign in 3 Steps*. SEO Blog by Ahrefs. Geraadpleegd op 5 december 2023. <https://ahrefs.com/blog/seo-campaign/>

Online Marketing Monkey. (z.d.-a). *Betekenis Black hat SEO*. Online Marketing Monkey. Geraadpleegd 23 maart 2024, van <https://www.onlinemarketingmonkey.be/seo-termen/black-hat-seo-2>

Online Marketing Monkey. (z.d.-b). *Betekenis cloaking*. Online Marketing Monkey. Geraadpleegd 23 maart 2024, van <https://www.onlinemarketingmonkey.be/seo-termen/cloaking>

Online Marketing Monkey. (z.d.-c). *Betekenis inbound marketing*. Online Marketing Monkey. Geraadpleegd 23 maart 2024, van <https://www.onlinemarketingmonkey.be/seo-termen/inbound-marketing>

Online Marketing Monkey. (z.d.-d). *Disavow betekenis*. Online Marketing Monkey. Geraadpleegd 23 maart 2024, van <https://www.onlinemarketingmonkey.be/seo-termen/disavow>

Online Marketing Monkey. (z.d.-e). *Gray Hat betekenis*. Online Marketing Monkey. Geraadpleegd 23 maart 2024, van <https://www.onlinemarketingmonkey.be/seo-termen/gray-hat-2>

Online Marketing Monkey. (z.d.-f). *SEO woordenlijst: 200+ SEO termen die je moet kennen*. Online Marketing Monkey. Geraadpleegd 23 februari 2024, van <https://www.onlinemarketingmonkey.be/seo-termen>

Online Marketing Monkey. (z.d.-g). *White hat SEO betekenis*. Online Marketing Monkey. Geraadpleegd 23 maart 2024, van <https://www.onlinemarketingmonkey.be/seo-termen/white-hat-seo>

Pipiads. (2023, augustus 4). *Google Ads' In-Market Audiences List*. Geraadpleegd op 5 januari 2024. <https://www.pipiads.com/blog/list-of-in-market-audiences-google-ads/>

Robles, M. (2012). *Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today's Workplace*. Business Communication Quarterly, 75 (4). Geraadpleegd op 9 januari 2024.

Vermeire, F. (2019). *Krachtige SEO*. Geraadpleegd op 28 december 2023. Die Keure.

Yorke, M. (2006). *Employability in higher education: What it is, what it is not*. VOCEDplus, the international tertiary education and research database. Geraadpleegd op 14 december 2023. <https://www.voced.edu.au/content/ngv%3A16446>

BIJLAGES

10

Gebruik van AI

DATUM	WAAROM	PROMPT	ANTWOORD	AITOOL
19/02/2024	Inspiratie	Wat kunnen vragen zijn in een diepte-interview met als onderwerp het aantrekkelijk maken van de opleiding communicatie?	• Wat spreekt je aan in de opleiding communicatie? • Wat zijn je verwachtingen van de opleiding communicatie? • Welke aspecten van de opleiding communicatie vind je belangrijk of interessant? • Hoe heb je je georiënteerd op de opleiding communicatie? • Welke informatiebronnen heb je geraadpleegd over de opleiding communicatie? • Hoe zou je de opleiding communicatie omschrijven aan iemand die er nog niets van weet? • Wat zijn de voor- en nadelen van de opleiding communicatie volgens jou? • Welke verbeterpunten of suggesties heb je voor de opleiding communicatie?	Copilot

Diepte-interviews kleurcode

Keuze voor de opleiding -> **oranje**

Overtuigingsfactoren -> **geel**

Communicatie van de opleiding (naar buiten) -> **groen**

Communicatie binnen de opleiding -> **roze**

Tips voor de opleiding -> **rood**

VERKORT TRAJECT

Methodologisch Verslag S.D.H

Eerste indrukken

In het begin van het gesprek was de respondent nogal verlegen en aarzelend. Ze stond wel open om het gesprek aan te gaan. Dit werd duidelijk na enkele vragen.

Grote lijnen

De geïnterviewde is een 23-jarige studente die voorheen een graduaatsopleiding in marketing en communicatiesupport heeft gevolgd, evenals twee jaar Office Management aan Howest. Momenteel zit ze in het tweede en laatste jaar van een verkort traject in communicatie. Ze kwam voor het eerst in contact met Howest via een SID-in beurs en de website. De keuze voor de opleiding communicatie werd beïnvloed door de praktische aard van de opleiding en het verlangen naar een meer academische en theoretische benadering van het vakgebied. De studente waardeert de praktijkgerichtheid en het contact met het werkveld binnen de opleiding, maar merkt op dat het taalniveau soms te laag lijkt.

Haar ideale carrièrepad omvat een functie als in-house digital marketeer bij een organisatie. Ze suggereert dat toekomstige studenten een brede interesse hebben in creatieve vakgebieden en openstaan voor verschillende taken binnen marketing en communicatie. De studente waardeert vooral praktijkervaring en contact met het werkveld binnen de opleiding en merkt op dat duidelijke communicatie over roosters en wijzigingen nuttig zou zijn.

Details die zijn opgevallen

1. De studente heeft voorafgaand aan haar huidige opleiding al ervaring opgedaan met een graduaatsopleiding in marketing en communicatiesupport, evenals twee jaar Office Management aan Howest. Deze achtergrond kan van invloed zijn op haar perceptie van de huidige opleiding.
2. Ze waardeert met name de praktijkgerichtheid en het contact met het werkveld binnen de opleiding, maar merkt op dat het taalniveau soms te laag lijkt. Dit suggereert een focus op praktische toepassingen en de wens om het academische aspect te verbeteren.
3. De studente heeft een duidelijk idee van haar ideale carrière pad na het afronden van de opleiding, waarbij zij een functie als in-house digital marketeer bij een organisatie nastreeft. Dit geeft inzicht in haar doelen en verwachtingen van de opleiding.

Praktische informatie

De geïnterviewde is S.D.H. Het interview vond plaats in een rustige setting in een lokaal van de Penta op 27 februari 2024. Het duurde 20 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

Ik ben 23 jaar.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Ja.

Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?

Nee, ik heb hier voor een graduaatsopleiding mcs (marketing en communicatiesupport) gedaan en ook twee jaar Office management.

In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

Van het verkort traject na mcs is dit het tweede en het laatste jaar dat ik doe.

Heeft u ook al vroeger ooit in Howest gestudeerd?

Ja, die graduaatsopleiding was in Howest.

En hoe bent u in contact gekomen met Howest?

Dat is heel lang geleden, en ik denk dat dat op een **SID-in beurs** was, maar ook zo via de flyer die langs de weg staan. Of ja ik weet niet hoe dat dat noemt.

Dus dat waren ook dan uw informatiebronnen, de SID-in en de flyers?

Ja het allereerste contact en dan ook de website.

En heeft u dit dan ook via Google opgezocht?

Ja, inderdaad.

Hoe bent u dan ook in contact gekomen met de opleiding communicatie?

Ik denk dat dat ook voor het eerst zal zijn bij de SID-in beurs. Maar dan was het eigenlijk bij de **graduaatsopleiding. De docenten** die daarover praten en die zo vertelden, ja, dat we **een verkort traject** kunnen volgen om dan nog een bachelor te behalen. En dan heb ik toen officieel de overweging gemaakt voor de bachelor communicatie te volgen.

Dus dat is dan ook weer vooral door de SID-in beurs en door docenten?

Ja, ik denk dat dat bij de SID-in beurs was dat ik daar voor het eerst over had gehoord.

Welke factoren spelen we ons u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Verschillende factoren. Ik denk wat dat je **interesses** zijn momenteel, maar ook wel wat je later als **job** zou willen doen. Ja, ik ben nu aan het twijfelen dat ik nog iets ga verder doen en voor mij is dat voornamelijk dat ik nu nog denk van welke skills denk ik dat ik nu nog kan gebruiken of dat ik nog tekort kom. En zo ja, ben ik aan het kijken of dat er eventueel nog wel een opleiding is.

En kijken welke skills u nog verder kunt laten evolueren?

Ja, inderdaad.

Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?

Ja, zoals ik daarnet zei, die docenten uit graduaat wat die vertelden over verkort traject. En ook omdat ik denk dat een bachelor misschien nog handiger is gezien dat we ook wel **onderzoek** leren. En zo dus heb ik dan gekozen om ook de bachelor te doen.

Is het bij het graduaat dan niet het geval dat u onderzoek doet?

Nee, nee.

Dus dan dat onderzoek sprak u vooral aan bij de opleiding?

Ja, omdat het wat academischer is. Een beetje ja.

En, hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?

Over het algemeen wel goed, denk ik ja.

Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?

Wat voor mij de reden was waarom ik de bachelor wilde doen, omdat het iets **academischer** is en ik verwachtte ook wel dat het iets theoretischer ging zijn, ja.

Had u al verwachtingen van de opleiding?

Ja wel, dus dat wat theoretischer ging zijn.

En is dat ook beantwoord de verwachtingen van de theoretische kant?

Ja dat wel en ook het academische, zo dat je onderzoek leert doen. Maar er is wel nog veel meer praktijk dan dat ik had verwacht.

Hoe zijn dan die verwachtingen van theorie dan meer beantwoord, dus op welke manier?

Goh door denk ik de examens ook wel dat je nog wat meer theorie moest kennen en zo op die manier denk ik.

Welke aspecten van de opleiding communicatie vind u belangrijk of interessant?

Ik denk alles dat ja elke aspect waar je **contact krijgt met het werkveld**, denk ik. Dus de gastcolleges de stages en zo ja.

Hoe zou u de opleiding communicatie aanbieden of omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?

Dat is ze zien aan wie. Als dat bijvoorbeeld mijn grootouders zijn, dan leg ik dat uit als ja reclames maken, hetgeen wat je op televisie ziet of de billboards zo buiten het allemaal of flyers zo van die dingen. Dat is een beetje hoe dat ik dat uitleg.

En aan een andere persoon, hoe legt u dat dan uit?

Goh dan ga ik misschien nog wel iets meer in op sociale media ook en zo. Ja al onze sociale media eigenlijk ook, ja. Ik zeg dat ook al aan mijn grootouders, Maar ik ga daar niet te diep op in, want dan ja, dan zijn ze toch niet meer mee.

Hoe zou u de opleiding omschrijven in 3 woorden?

Creatief. Gevarieerd. (aarzelt) Goh, ik weet even niet hoe ik dit moet zeggen, maar dat je een goed beeld krijgt van wat je later kunt doen.

Wat zijn, volgens u, de sterke punten van opleiding communicatie?

Ik denk het feit dat er zoveel **praktijk** wel is. Dat je veel opdrachten krijgt. Dat je het ook echt doet. En ook dat contact met werkveld dat je al snel eigenlijk een idee kunt krijgen van wat je daar later mee kunt doen en wat dat je daarmee eigenlijk kunt doen.

Dus, is dat iets dat u ook het meest waardeert aan de opleiding, of iets nou nog iets anders dat u waardeert dan de opleiding?

Ook wel het feit dat je er nog veel verschillende kanten mee uit kunt. Je leert wel specifiek binnen de sector, marketing en communicatie, Maar je kan er eigenlijk verschillende jobs mee doen.

Wat in volgens u de zwakke punten van de opleiding communicatie?

Ik denk, maar ik weet niet of ik weet niet of ik het echt een zwak punt mag noemen, maar de talen. De talen, ja, het niveau ligt dit niet zo hoog, vind ik. Maar Misschien vergelijk ik dat teveel met mijn andere opleiding Office management, waar dat dat wel heel hoog lag. Dus ik weet het niet of dat echt een zwak punt is. Dus ja.

Hoe ziet u daar een verschil in?

Verschillen. Ja, het aantal woordenschat die we moesten kennen, Office management. Ja, het aantal credits zal ook hoger daar. Dus ik moest daar echter een volledig boek kennen met enkel woordenschat. En zo ja, dat was wel echt verschrikkelijk. Dus, Ik vind het niet erg dat het wel lager ligt hier, maar ja ik schrok er ook wel een beetje wan dat nog wel lager lag dan dat ik dacht dat ging zijn. Omdat mensen ook als je zegt "Ik studeer communicatie." denken ze ook vaak van ah ja je bent heel goed in talen, maar ja dat is niet echt het geval.

En dat verschil enkel in de opleiding communicatie, of ook in de graduaatsopleiding marketing en communicatiesupport?

Wel van de bachelor heb ik enkel Frans 5 gehad. Ik vond dat wel oké dat niveau, maar ik heb wel gehoord dat er verschil van bij de docenten ligt. Ja, ik vond dat wel oké nog. Bij het graduaat ook daar hadden we iemand van Frankrijk dus mevrouw Cayole. Franstalige. Dus, Ik weet niet, misschien ligt daar ook wel het verschil. Omdat ik hoorde van sommige studenten die haar dan hadden dat zij het gevoel hadden dat het niveau dan een beetje hoger lag. Ja, Ik weet niet, ik vond dat wel oké nog, ja.

Hoe combineert u uw studie met uw studentenjob, hobby's of andere activiteiten?

Soms is dat moeilijk, want normaal gezien krijgen wij zo 1 dag per week vrij. Maar omdat die **lessenroosters soms worden aangepast**. En ik heb dan ook al een semester gehad dat ik dat dan niet had. Misschien komt dat door mij wel kort traject. Ik weet het niet. Maar ja dan is dat wel moeilijk. Als je zo een werkgever hebt die dat dan ook wel verwacht dat je 1 dag in de week vrij bent. Ja, dat is dan soms wel moeilijk. Ook als je bijvoorbeeld dan opeens **een korte deadline** krijgt. In de les krijg je dan een opdracht en dan moet je dat op korte tijd uitvoeren. Dan heb je die dag misschien wel nodig om die opdracht te doen. En dan ja, is dat wel beetje moeilijk.

Welke uitdaging bent u tegengekomen of verwacht u nog in opleiding?

Momenteel ja is dat nog enkel die Bachelorproef en dan is het stage. Maar stage zit ik niet echt mee in. Voor de rest, ja, was ik wel een beetje nerveus voor de onderzoek vakken. Gaat dat wel lukken? Maar op zich ja viel dat wel mee.

Wat is uw ideale carrièrepad na het afronden van de opleiding?

Voor mij, ik zou graag In-House bij een organisatie in het marketing of communicatieteam terecht komen. Dus dat is zo'n beetje het idee dat ik momenteel heb.

Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?

(aarzelt) Soms nog wel duidelijker. Ja **duidelijker gaan communiceren. Bijvoorbeeld niet enkel in de klas iets zeggen maar dat dan ook online nog een keer doorgeven of zo, bijvoorbeeld als laatste rooster gaat worden aangepast en niet enkel in de klas echt zeggen, maar ook online**. Oké, ik weet dat dat niet direct kan. Zoals het rooster aanpassen dat dat wel eventjes duurt, Maar ik heb zo wel 1 keer 1 les gemist omdat dat in de week zelf werd aangepast en ik had het waarschijnlijk mis begrepen.

Maar ik dacht dat de week erna was. Maar dat kwam niet op uurrooster terecht en dan was het blijkbaar die week zelf. Ja en ook qua planning zo. Je kunt zo'n geen de week op voorhand plannen, soms. Omdat er nog zaken worden aangepast en dat vind ik wel moeilijk. Ook als je dat wilt, bijvoorbeeld, wilt communiceren, ik bedoel regelen met een job of zo dat je hebt ja dan is dat wel moeilijk.

Heeft u een tip voor toekomstige studenten?

Een tip? (aarzelt) Ja oké, het is een brede opleiding. Het is wel specifiek voor de sector, marketing en communicatie. Maar je leert veel verschillende dingen. Ja, en je weet ook wel dat er misschien vakken gaan zijn dat je minder gaan liggen dan andere dus ja. Maar het kan wel interessant zijn om te doen. Ik sta bijvoorbeeld niet graag voor de camera, maar we hebben dit nu wel een paar keer moeten doen en op zich ja. Je leert dat dan ook wel, dus. Denk dan ook positief tegenover die zaken staan.

Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?

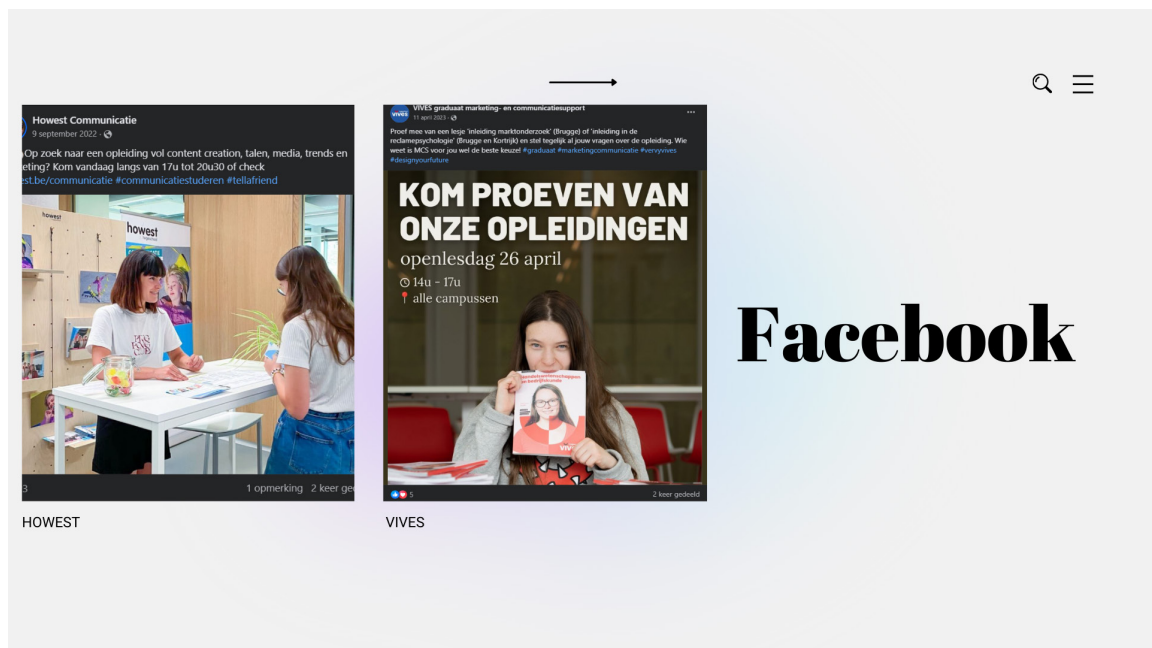
Ja, Ik denk voor misschien studenten die zo net van het middelbaar komen die misschien nog niet goed weten wat ze later gaan doen, maar wel al een idee hebben van "Ik wil bijvoorbeeld creatief aan de slag gaan", of "Ik wil bijvoorbeeld leren werken met photoshop of zo van die soort programma's." En zo denk ik dat dat wel een geschikte opleiding kan zijn.

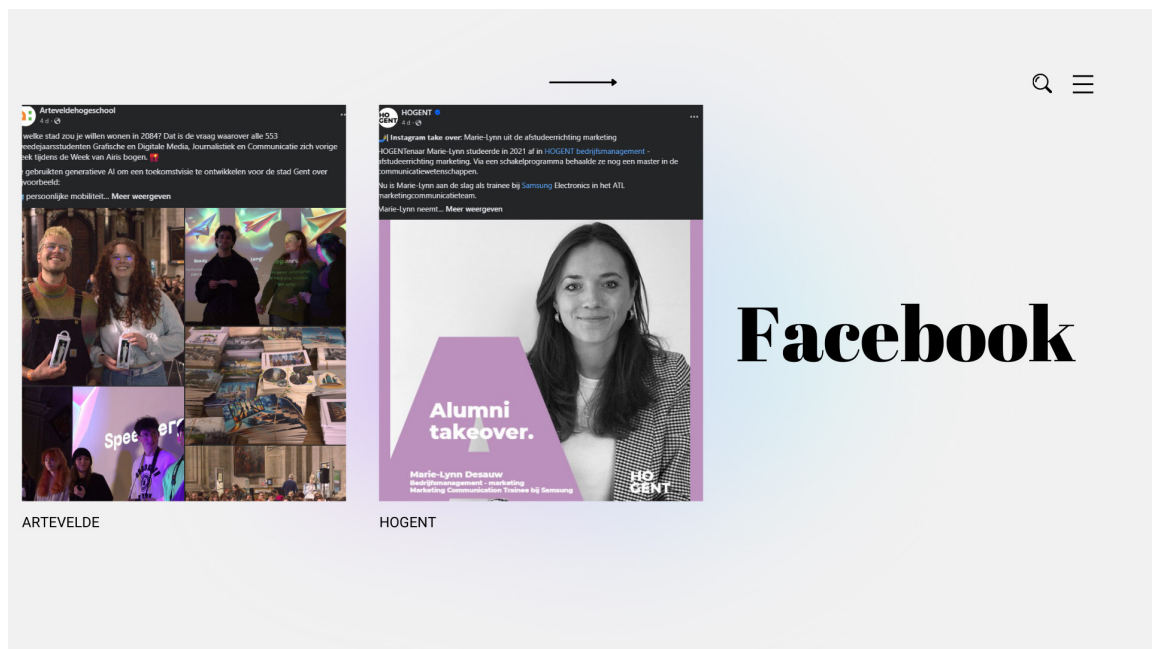
Hoe zou u potentiële studenten aanbieden om te kiezen voor de opleiding?

Ja beetje hetzelfde als daarnet eigenlijk. Je kunt er veel kanten mee opgaan. Wel binnen de sector marketing en communicatie waar dat je ook creatief aan de slag kunt gaan. Dus als dat iets is dat je wel aanspreekt. Dan denk ik wel dat dat een goede optie is.

En ik heb nu nog een paar postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Achtervelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van deze al van de kopie en de Visual?

Facebook:





Facebook

Weet je wat ik wel tof vind dan die van Vives? Ze zeggen "Kom proeven van deze opleiding" en dat meisje bijt letterlijk in een boek ofzo. Ja oké dat was wel grappig.

Dus die visueel spreekt u dan wel aan van die Vives?

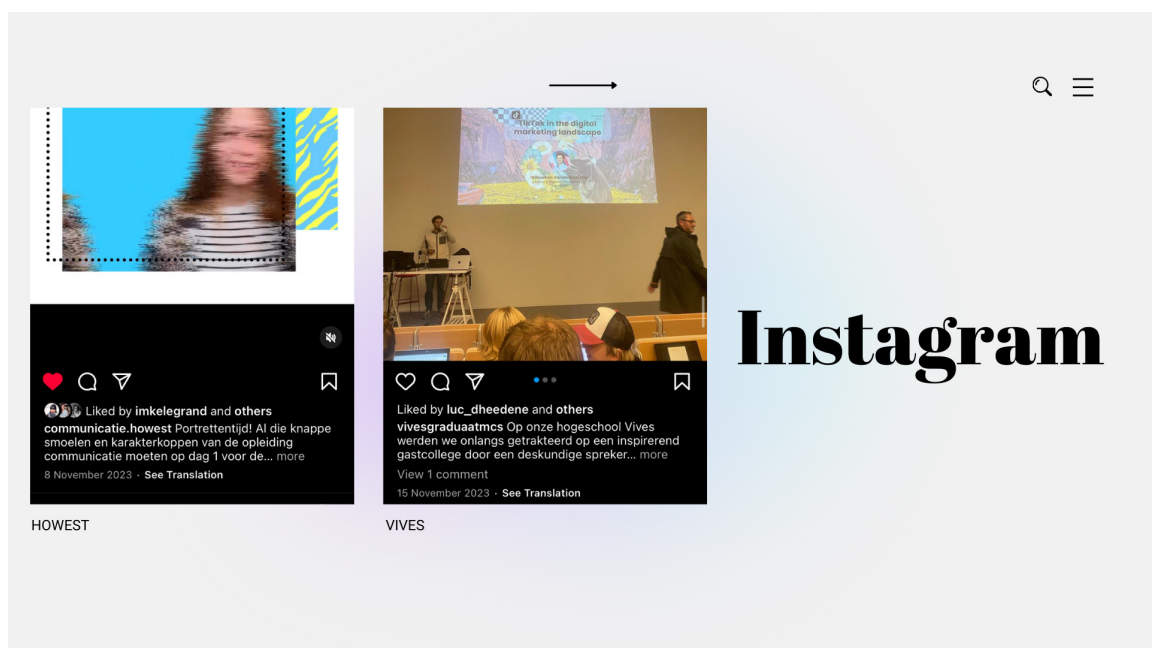
Ja het eerste moment nu niet, maar als je het dan leest wel.

En van Howest. Goh ja het lijkt een algemene foto van een student en een docent die daar staan. En is dat voor een opendeurday? Ja. Lijkt me wel duidelijk dat je daar voldoende info zou krijgen ofzo.

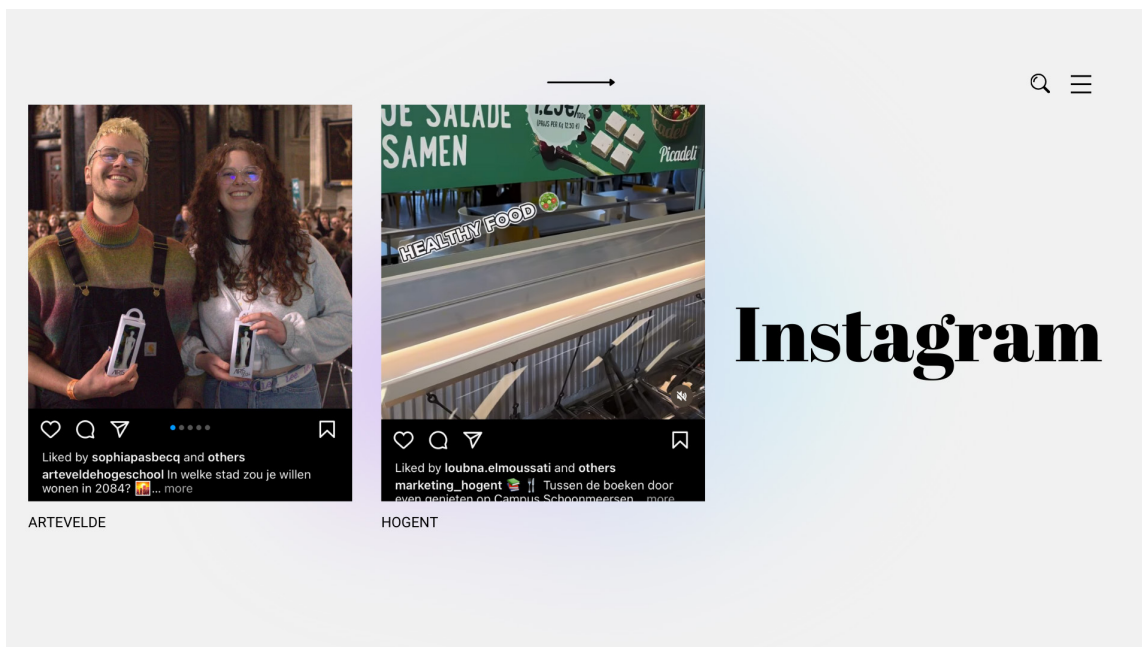
Op het eerste zicht spreekt me dat van HoGent misschien minder aan, maar als ik het lees, lijkt het me toch wel nog interessant. Omdat je dan ziet. Oké, dat is iemand die afstudeert heeft en die nog verder gestudeerd heeft voor Master en dan nu aan de slag is bij Samsung enzo, dus dan leek het me wel een beetje de moeite om dat te bekijken.

Bij Artevelde school, het doet me wel ergens denken aan de post die Howest ook zou kunnen doen. Ja, het is gelijk zo'n evenement, ja het. Is zo. Ja zou ook iets van Howest kunnen zijn, zo.

Instagram:



Instagram



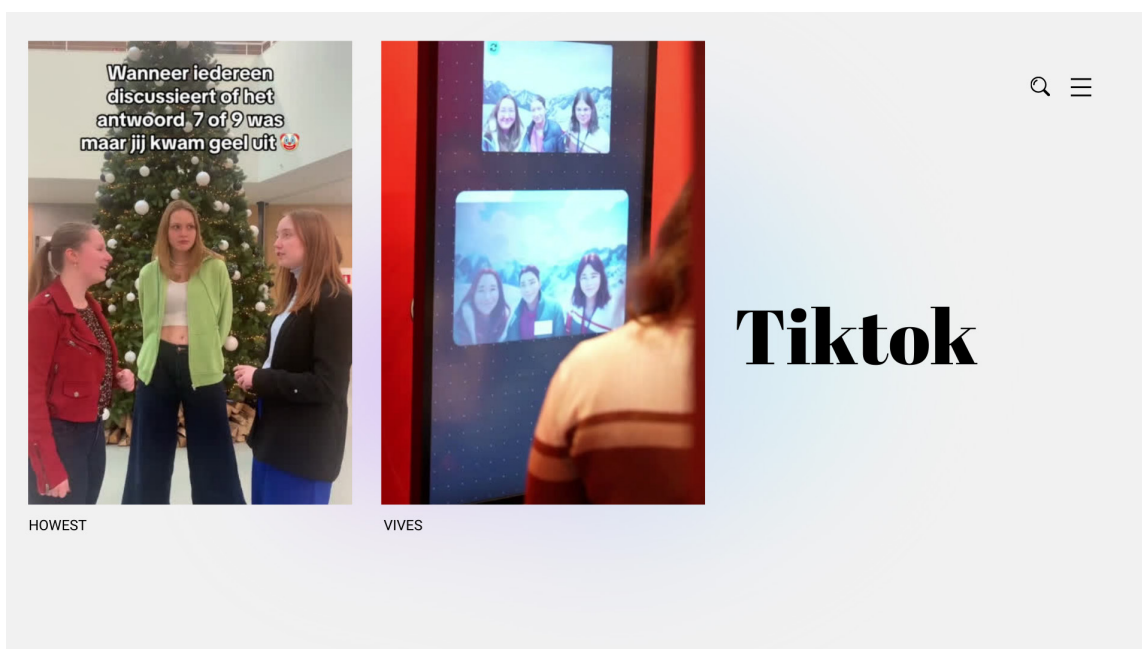
Goh dat van Vives is zo'n post, dat meneer Laverge ook doet van de gastcolleges altijd. Ja, Dat is wel tof om ze dat te zien van het werkveld. Een beetje dat contact.

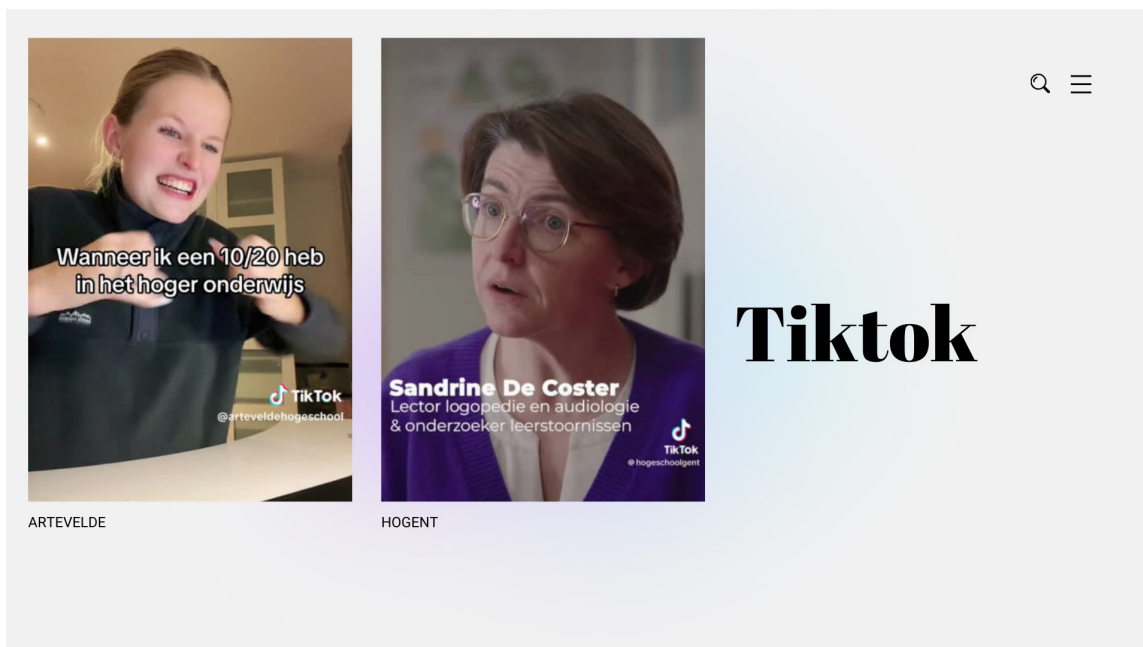
En communicatie, dat lijkt me zo eerder naar de studenten zelf gericht. Zo ja, alleen, ik denk wel, ik denk dat dat een **video** is dat ik heb gezien. Ja dat we dat dat we daar allemaal met een foto op staan. Dus ja. Dat is wel iets dat ik naar zou als kijken als ik weet dat ik er zelf op sta.

Van Artevelde, dat is dezelfde post als eerder, maar dan op Instagram.

Van HoGent moet dat een reël zijn van de Healthy food op de campus tijdens de examens. Ja, dat is zo informerend bedoelt, denk ik. Ik heb niet specifiek een gedacht daarover.

Tiktok:





Ja, dat vind ik wel tof die van Howest.

Bij dat van Vives dan denk ik aan een evenement of een SID-in beurs of zo? Ja, dat is niet speciaals. Gewoon eens tonen wat ze daar gedaan hebben.

Methodologisch Verslag E.D.P

Eerste indrukken

De respondente was in het begin van het interview wat ingetogen, maar ze voelde haar steeds meer op haar gemak en begon meer en meer te vertellen.

Grote lijnen

De studente, 23 jaar oud, heeft na een jaar rechten en bedrijfsmanagement met optie rechtspraktijk besloten om een verkort traject in communicatie te volgen aan Howest. De keuze voor het verkort traject was gebaseerd op praktische overwegingen en de interesse in een meer creatieve benadering van het vakgebied. De opleiding werd als zeer positief ervaren, vooral vanwege de praktijkgerichtheid en de mogelijkheid om diverse Adobe-programma's te leren gebruiken. Sterke punten waren onder andere de praktijkgerichtheid, het bijblijven met actuele ontwikkelingen en de toegankelijkheid van docenten.

Uitdagingen waren onder meer het beheersen van Adobe-programma's en het balanceren van verschillende opdrachten. Het ideale carrière pad na de opleiding omvat een functie als in-house digital marketer bij een groot bedrijf, waarbij de nadruk wordt gelegd op creativiteit en crisismanagement. Voor toekomstige studenten wordt aangeraden om zich volledig in te zetten en te profiteren van de praktische benadering van de opleiding. Wat betreft sociale media-posts, werd de voorkeur gegeven aan Howest vanwege de actuele en visueel aantrekkelijke content.

Details die zijn opgevallen

1. De student heeft een verkort traject achter de rug. Ondertussen heeft ze ook al een werkervaring van enkele maanden.
2. De praktische kant van de opleiding heeft voor de studente de voorkeur gegeven om voor de opleiding te kiezen.

Praktische informatie

De geïnterviewde is E.D.P. Het interview vond plaats in een rustige setting in een lokaal van de Penta op 1 maart 2024. Het duurde 20 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

Ik ben 23 jaar.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Nee, dat wist ik niet

Was Communicatie uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?

Nee, dat was niet mijn eerste opleiding. Eerst heb ik een jaar rechten gedaan in Leuven. Dan ben ik gestopt en heb ik rechtspraak gedaan, dus dat is bedrijfsmanagement met optie rechtspraak in Brugge. En dan ben ik begonnen aan mijn verkort traject van communicatie.

Waarom heeft u dan uiteindelijk besloten om nog een verkort traject te doen?

Ik was aan het twijfelen of dat ik ging gaan werken of nog iets ging doen. En dan kwam ik ineens de opleiding tegen en dan vond ik dat wel leuk. En ik dacht, ik ga dat doen.

Hoe bent u in contact gekomen met Howest en communicatie?

Gewoon opgezocht, eigenlijk. Ik was heel de **site** van alle hoge scholen aan het doorgaan, van alle opleidingen die er zijn. En zo heb ik dat gevonden.

Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Voor mij of algemeen?

Voor jezelf vooral, ja.

Voor mezelf was het omdat het **verkorttraject maar één jaar** was in Kortrijk en in Gent twee jaar. En het in Kortrijk ook een heel praktische opleiding leek, wat dat mij wel aansprak.

Dus omdat het een verkort traject heeft u dan ook gekozen voor de opleiding?

Ja, ik was sowieso op zoek naar iets dat niet drie jaar nog ging duren. En in Gent is hetzelfde diploma, ook communicatie twee jaar studeren in verkort traject. En in Kortrijk één jaar. Dus ik koos zeker voor één jaar. Omdat ik daar al mijn talen al gedaan heb en met die **vrijstellingen** die ik had was dat wel handig.

Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?

Heel goed, ik vind het super tof. Een **praktische opleiding** en dat vind ik wel leuk.

Dat praktische, sprak dat u dan ook het meest aan?

Ja, zeker omdat ik van een richting kom die heel theoretisch is en iets serieuzer, zal ik maar zeggen, dan zo naar het meer creatievere, het meer doen, het meer... Ja. Dat sprak mij wel aan.

Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?

Ik denk gewoon... het meekunnen met de rest, omdat het maar een verkort traject is, heb je sowieso delen niet gehad. En dan wil je toch meeblijven gaan en hetzelfde kunnen. Dus dan is dat denk ik mijn drijfveer en mijn diploma halen.

Had u bepaalde verwachtingen van de opleiding?

(aarzelt) Ik had gedacht dat het veel rond **sociale media** ging gaan. Dat was ook effectief zo. Ik vond dat wel superinteressant.

Op welke manier zijn dan de verwachtingen beantwoord?

Dat is een moeilijke vraag. Door gewoon in de lessen dat je ook echt effectief dingen mag gaan doen, dat je veel opdrachten krijgt en zo. Daardoor had ik wel het gevoel dat ik zo meer klaar was voor het werkveld ook. Omdat ik natuurlijk in één jaar en dan gaan werken is dat zo een grote stap, vind ik. En als je dat dan al veel in praktijk hebt gegaan, dan bereid je dat goed voor. Ja, dus dat praktische bereid je dan ook wel goed voor het werk.

Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?

Ik vind alle programma's van Adobe super interessant, omdat je dat echt wel nodig hebt en dat wel echt een streepje voorheeft in het vak, ook als je dat echt goed beheerst. Ja, ook gewoon zoals die AMP-story programmeren. Dat was misschien niet het leukste, maar je hebt dan wel zo het programmeren al deels gezien. En als je dan later samenwerkt met mensen die website programmeren, dan begrijp je het ook meer en dan weet je van die dingen kunnen en die dingen kunnen niet. En dat... Ja, dat vind ik wel goed.

Ja, dat je dat een keer op een ander perspectief ook ziet. Dat is dat je het kan begrijpen.

Ja. Dat je het grotere plaatsje nog ziet, dat je niet louter jouw ding doet.

Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?

Oei, (aarzelt even) Ja, communicatie is heel breed. Ik zou het zelfs iets meer laten aansluiten bij marketing, maar dan minder in de sales-richting. Ik denk dat je het zo makkelijkste kan omschrijven. Ook heel veel social media, waar dan ook de advertenties in houdt. Maar ook een website maken, nieuwsbrieven. Maar ook de bedrijfsgerichte kant zoals in corporate communication, dat je dan zo crisiscommunicatie kan doen en zo. Dus eigenlijk echt het brede aspect communicatie binnen een bedrijf en niet misschien het vakjesdenken, maar heel breed.

Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?

(aarzelt) Ja, praktisch, social media en innovatief.

Wat waren de sterkste punten van de opleiding volgens u?

Sowieso het praktische en ook gewoon dat ze zo meegaan met de ontwikkelingen. Zo van... Ja, ze blijven niet staan. Ze bekeken ook echt alles van social media en al die dingen. Het is niet gewoon... Moest je de opleiding bekijken tien jaar geleden, dan denk je dat het totaal anders uitzag dan dat het er nu uitziet. Dat is ook wel een sterkte, omdat ze daar heel hard op inspelen.

Ik zie dat dat praktische heel belangrijk is voor u, maar heeft u ook nog andere aspecten dat u waardeert?

Andere aspecten... de toegankelijkheid van de docenten. Als er iets zit of je hebt vragen of je kan er altijd wel bij terecht. Dat vind ik ook een heel groot verschil met bijvoorbeeld mijn opleiding van daarvoor.

En is het dan een belangrijk gegeven voor je dat je daar meer kan communiceren met de docenten?

Doordat wel echt een... doe-richting is, vind ik. Is dat wel handig als je vragen hebt, dat je dat wel effectief kan stellen. Omdat er wel dingen zijn, dat je denk ik niet echt makkelijk op jezelf zou kunnen uitzoeken. Dus dat vind ik wel goed, ja.

Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?

(aarzelt even) De zwakke punten... Misschien de combinatie van alle opdrachten dat soms een beetje veel kan zijn, waardoor je moeilijk kan verdiepen in echt iets. En dat je meer van alles een beetje doet. Dus die combinatie was het makkelijk in het dagelijks leven, of was het altijd moeilijker met de opbreiding. Voor mij ging dat wel, maar je moet wel goed kunnen plannen. Maar wat ook wel goed is, want in praktijk moet je ook wel echt alles plannen en zorgen dat het uitkomt. Ja, het is ook wel goed. In de opleiding komt dat goed overeen met het werkveld. Ik denk dat je in de opleiding ook wel leert dat er dingen tegenaan gedaan moeten worden. Dat is in het effectieve leven ook zo. Als een klant het dan afvult, dan moet het af zijn en dan ga je niet kunnen zeggen, maar ik ben een dag te laat.

Of op je examen bijvoorbeeld, als je maar twee uur tijd hebt, dat kan in het echte leven ook zo zijn. Dan heb je dat al een keer gedaan en dan vind ik dat wel een goede voorbereiding.

Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?

Mijn grootste uitdaging was denk ik dan de programma's van Adobe, omdat ik dan bijvoorbeeld InDesign heb ik pas een tweede semester gezien, terwijl ik dat in het eerste semester ook al nodig had door mijn verkort traject. En dat was denk ik wel moeilijk, waardoor je sommige aspecten niet direct helemaal mee hebt. Maar als je er genoeg mee oefent, dan komt dat wel uit. Ja, dus die Adobe pakketten, dat gewoon te laten zien eigenlijk tijdens uw verkort traject. Ja, sommigen sluiten niet goed op elkaar aan, waardoor je dan sommige dingen nog niet gezien hebt, maar wel al moet gebruiken. Maar dat is een beetje zo kunnen, dan kom je er wel uit.

Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?

Het liefste zou ik gewoon in-house digital marketeer zijn voor een groot bedrijf. En dat kan van fashion gaan tot gewoon een deloitte of een groot bedrijf.

Dus dat groot bedrijf speelt wel een belangrijke rol voor uw ideale carrière?

Ik vind gewoon... Ik denk dat het daar meer mogelijk is om een in-house marketeer te hebben dan in kleine bedrijfjes, waar je meer ook andere taken moet doen. Ik vind ook het aspect zo dat crisis- management ook wel leuk en ik denk dat je dat zo wel meer kan combineren met het creatieve ook.

Die combinatie wilt u wel zeker maken?

Ja.

Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?

(denkt even) Ik heb er geen... direct denk ik. Gewoon altijd **tijdig communiceren met studenten**. Ja, want... Ja, en de **stages goed opvolgen**. Dat er zeker geen stageplaatsen tussen zitten waar je achteraf gezien dat er volgend jaar beter iemand niet naartoe zou gaan of zo. Dat denk ik ook belangrijk is.

Heeft u een tip voor toekomstige studenten?

Er gewoon voor gaan.

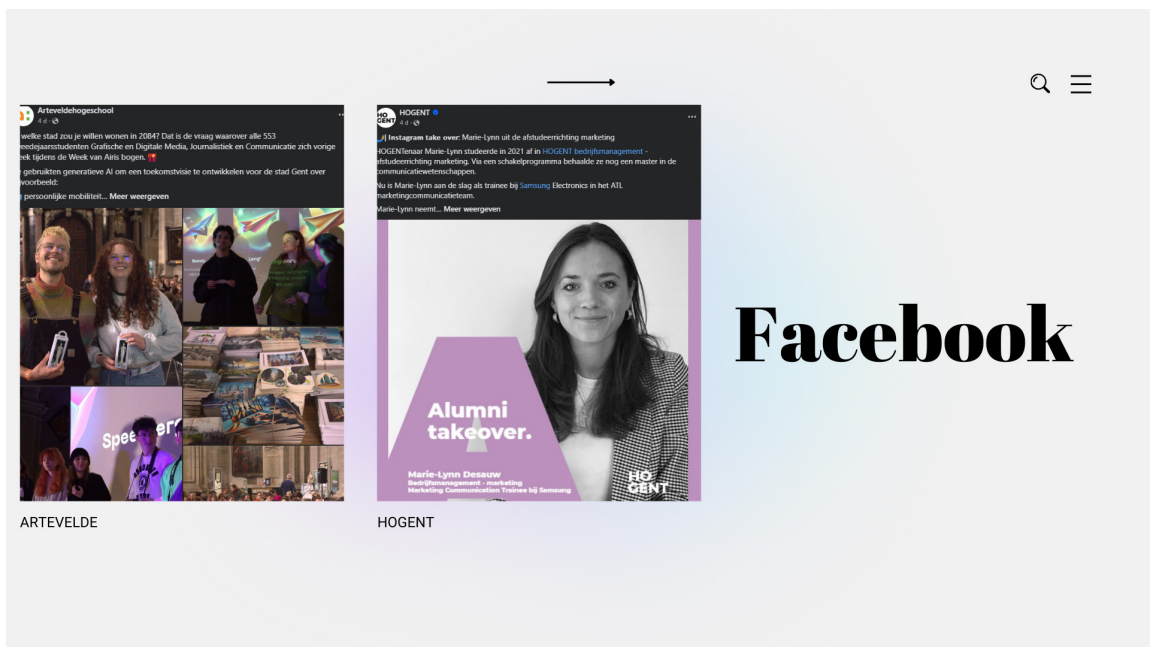
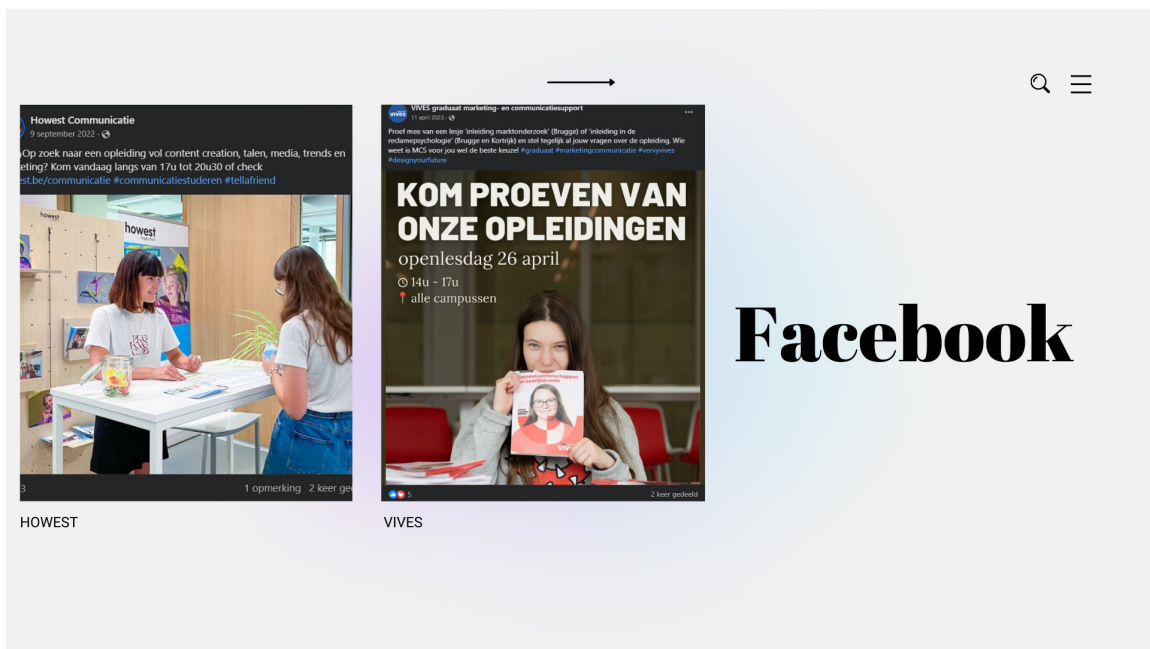
Mooi, kort en krachtig.

Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?

Voor wie? (denkt) Ik denk, als je graag... creatief bent, maar niet per se een grafisch designer wilt zijn, maar toch wel ook visueel een verschil kunt maken en samen kunt werken met een grafisch designer... En... Als je gewoon goed dingen kan verwoorden of dat wilt leren, dan denk ik dat dat de juiste richting is

En ik heb nu nog een paar postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Achtervelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van deze al van de copy en de visual?

Facebook:



Ik zou wel liever naar dat van Howest gaan.

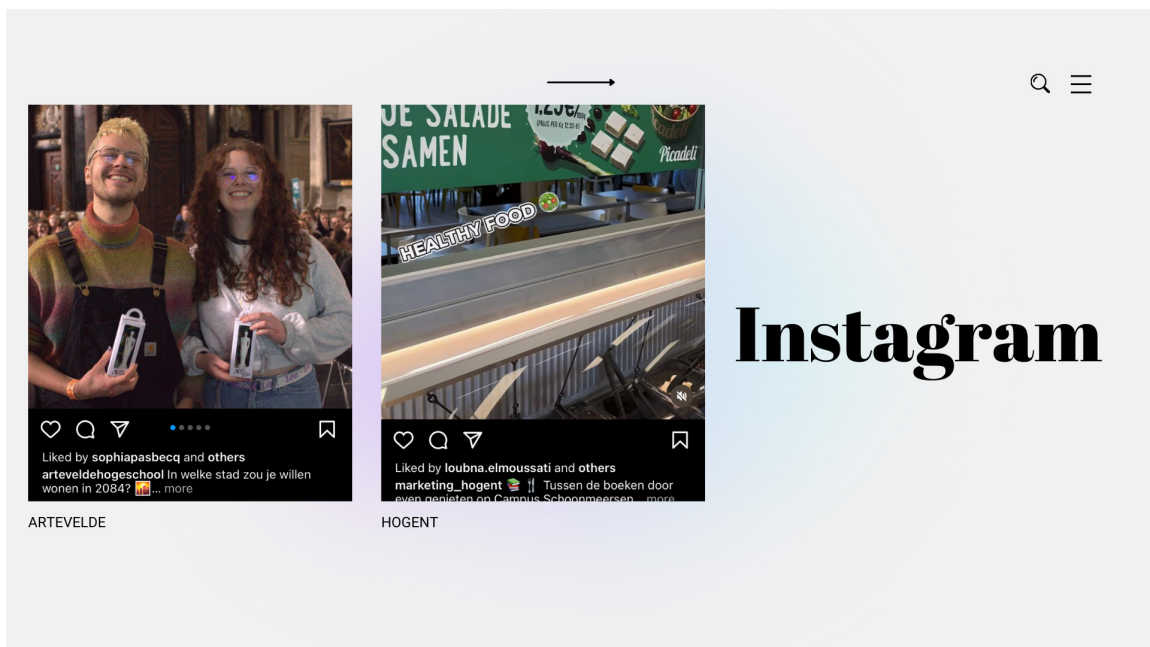
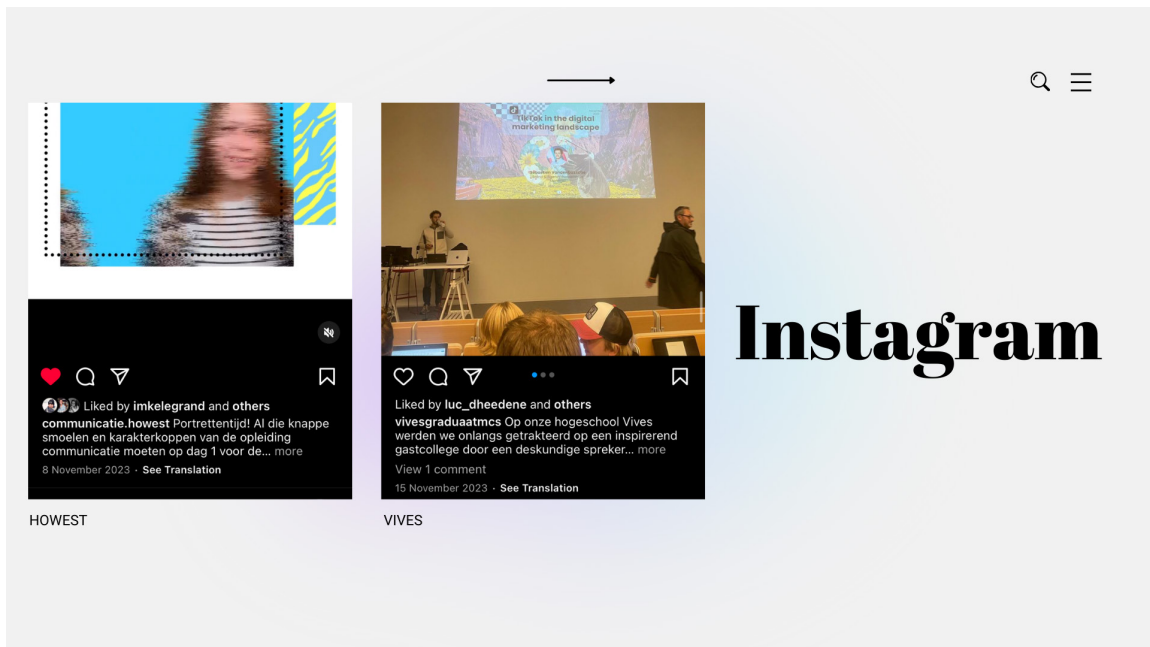
Heeft u daar een specifieke reden voor?

Ik vind dat dat van Vives zo "inleiding in reclamepsychologie" zo meer theoretisch ofzo. Terwijl het andere meer het creatieve aanspreekt van "content creatie", "talen", "media", "trends". Ik heb gevoel dat het linkse (Howest) meer **actueler** is. En dat van Vives is zo meer klassiek.

Hier heb je de volgende twee posts.

(aarzelt) Ik vind het zo twee verschillende posts. Het ene is meer inhoudelijk en gaat meer over wat er achter de schermen gebeurt. Het andere gaat dan meer over het verhaal van iemand. Dus ik vind het wel moeilijk om te vergelijken. Maar ik zou denk ik het liefst dat van Artevelde zien, omdat bij HoGent zou ik al zoiets hebben van "Ah, ze heeft daarna nog een Master gedaan." Oké dat is wel super interessant, maar als ik zelf niet echt van plan ben om dat traject van Master te doen, is dit misschien niet realistisch voor mij of waar ik mij kan in vinden. En dan bij Artevelde ga je meer zien wat je gaat kunnen en hoe dat eruit gaat zien.

Instagram:



Hier zou ik ook zo weer voor Howest gaan. Ja alhoewel ik vind de rechtse foto heel onprofessioneel.

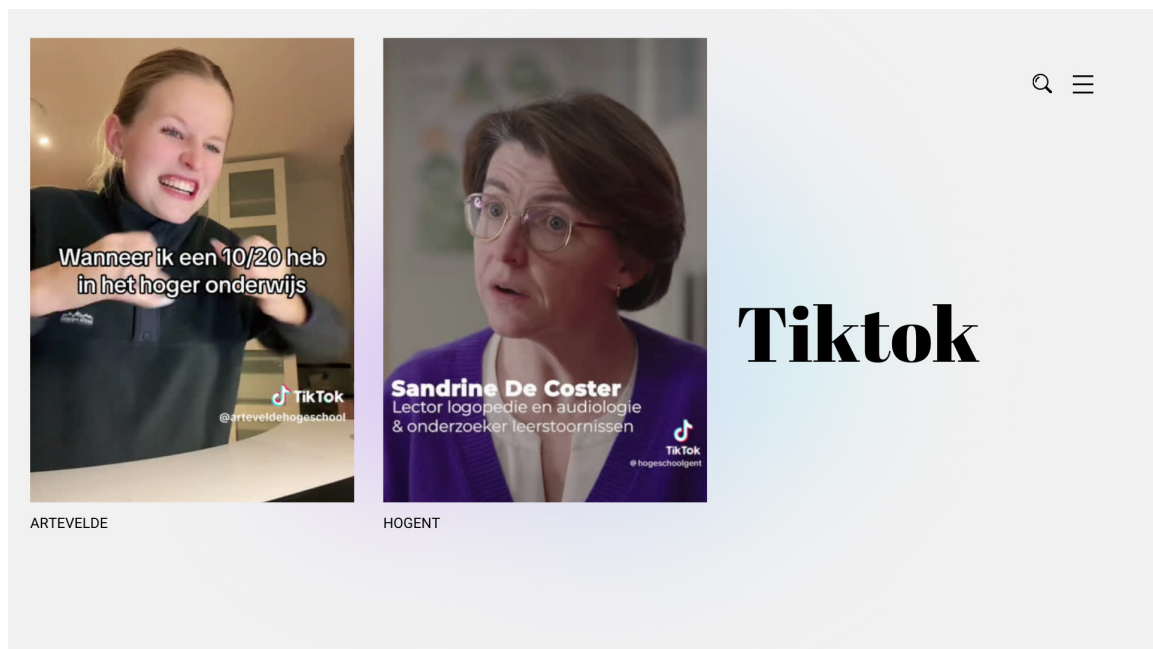
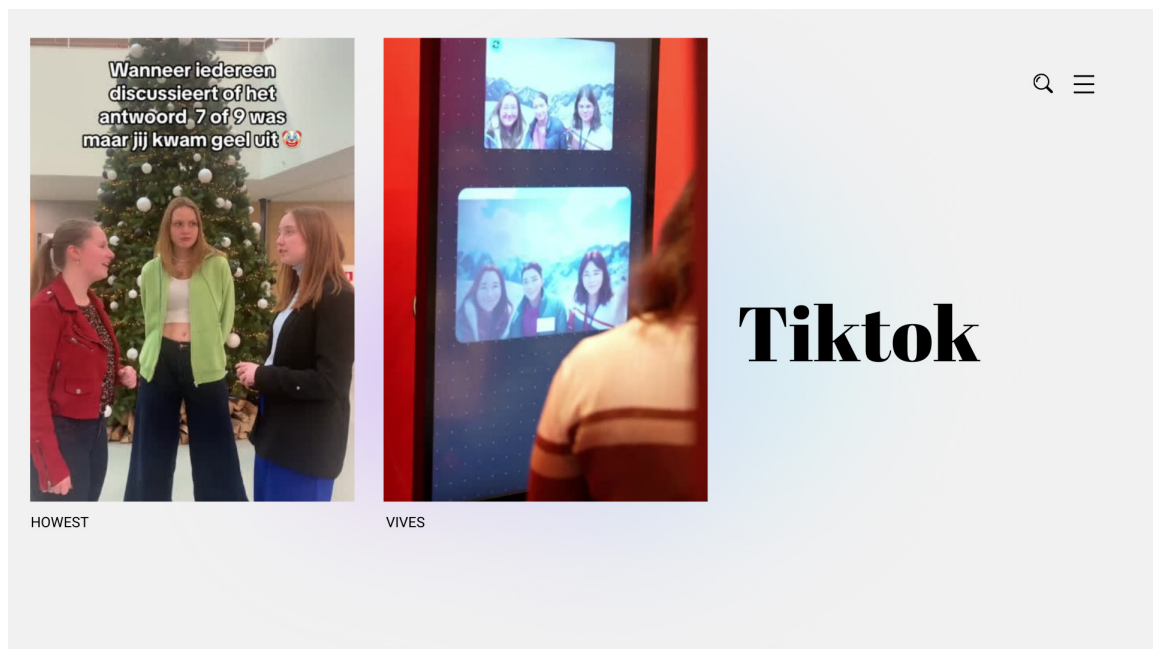
Ja, en heeft u daar een specifieke reden voor?

Ja. Het is zo slordig en het scherm is zo half leesbaar en dan die pet ook en die man in de jas daar. Dat spreekt zo echt niet aan vind ik. Terwijl het andere ziet er zo heel *professioneel* uit en dan zou ik sowieso daar voor kiezen.

Dan heb ik hier de volgende twee posts.

Ik kan het niet helemaal lezen, maar die van HoGent. Omdat dat wel eens tof is om *iets te zien van buiten de lessen*. En het andere is dan ja, dat is die van daarnet.

Tiktok:



Ik vind dat van Howest beter op Tiktok passen dan die van Vives. Ik vind het idee van Vives wel leuk van die AI te tonen, maar ik dat dat op een meer "Tiktok"-manier kan gebracht worden dan zo op deze manier. In het begin was het ook niet super duidelijk wat er ging gebeuren. Dus ik zou dan al verder gescrold hebben. Terwijl bij het andere snap je het direct. Het is gewoon grappig en het past bij Tiktok. Dat vind ik het beste dan.

Dat spreekt dan ook meer aan?

Ja.

Dan heb ik hier de volgende twee posts.

Dat van Artevelde gaat de student heel hard aanspreken. Terwijl bij dat van HoGent ga je rapper scrollen. Maar ik denk wel dat je dat van HoGent ook .. als je dat iets minder serieus brengt, dan kan dat ook wel werken op Tiktok. En dat je dan zo een mix hebt van 'relatable'-content, maar ook content waar dat je echt iets aan hebt. Dat je kijkt naar de Tiktok en denkt "Ah, het zit daar zo."

Dus volgens u kan een kijkje achter de schermen wel?

Ja.

Methodologisch Verslag H.D.B

Eerste indrukken

De respondente was zeer enthousiast en uitte haar mening over alles. Ze was heel comfortabel bij het gesprek.

Grote lijnen

De studente is 23 jaar oud en heeft al een eerdere opleiding in Audiologische en Logopedische Wetenschappen aan de UGent gevolgd voordat zij naar HoGent overstapte voor Logopedie. Communicatie is nu haar tweede bachelor, waarvan zij momenteel het tweede en laatste jaar volgt. Ze kwam in contact met de opleiding Communicatie via de SID-in beurs in Gent, waar zij overtuigd werd door mevrouw Martens. De opleiding sprak haar aan vanwege de praktische en creatieve benadering, in tegenstelling tot een meer theoretische aanpak elders. Ze waardeert de persoonlijke begeleiding door docenten zoals mevrouw Vandamme en de mogelijkheid om aan praktijkprojecten te werken. Haar grootste drijfveer is het enthousiasme van docenten en de kans om creatief uitgedaagd te worden.

Ze hoopt na haar afstuderen een carrière te combineren als logopedist gespecialiseerd in stemstoornissen en coaching voor media-gerelateerde functies. De opleiding waardeert hij vanwege de nadruk op creativiteit en zelfstandigheid, hoewel hij verbeteringen suggereert in planning en communicatie binnen de opleiding. Tot slot geeft ze positieve feedback op de sociale media-inhoud van Howest en Artevelde, terwijl zij kritischer is over die van Vives en HoGent, waarbij ze aangeeft dat de laatste de sfeer van de opleiding beter zou kunnen weergeven.

Details die zijn opgevallen

1. De studente benadrukt de praktische en creatieve benadering van de opleiding Communicatie aan Howest, die haar aansprak in vergelijking met een meer theoretische aanpak elders.
2. Zij waardeert de persoonlijke begeleiding door docenten, met name mevrouw Vandamme, en de mogelijkheid om aan praktijkprojecten te werken die direct relevant zijn voor het beroepenveld.
3. De studente heeft positieve feedback op de sociale media-inhoud van Howest en Artevelde, waarbij zij de inhoud als toegankelijk, informatief en relatable beschouwt, terwijl ze kritischer is over die van Vives en HoGent, waar hij suggesties doet voor verbetering.

Praktische informatie

De geïnterviewde is H.D.B. Het interview vond plaats online via Microsoft Teams op 28 februari 2024. Het duurde 35 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

Ik ben 23 jaar.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Nee, totaal niet. Ik had totaal geen idee.

En is communicatie nu uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?

Nee, Ik heb hiervoor eerstejaar Audiologische en Logopedische Wetenschappen aan de Ugent gestudeerd. Maar omdat ik wat vakken moest meenemen, zag ik dat dan niet zitten en dan ben ik naar de bachelor Logopedie gegaan en heb ik dan logopedie aan de HoGent gestudeerd en dan afgestudeerd. En nu is het mijn tweede bachelor.

In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

Ja in het tweede, Maar dat is zo een apart traject, dus het is ook meteen mijn laatste jaar.

U zei da u al in HoGent had gestudeerd. Hoe bent u dan in contact gekomen met Howest?

Toen ik afstudeerde als logopedist, dan krijgen wij infobrochures over de **SID-in beurs in Gent**. In het IC denk ik dat was of het ICC.

En dan ben ik daar naartoe gegaan en dan heb ik daar **mevrouw Martens** tegengekomen en ze heeft mij eigenlijk volledig overtuigd van de opleiding communicatie en ik was toen eigenlijk al volledig verkocht om communicatie te gaan studeren.

Dus eigenlijk zijn uw informatiebronnen dan de SID-in beurs en de overtuiging van mevrouw Martens?

Ja exact.

Is het dan ook door de SID-in beurs dat u in contact ben gekomen met de opleiding communicatie of ook op een andere manier?

Dit was enkel via de SID-in beurs.

Welke factoren spelen, volgens u, een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Ja de **vakken** op zich. Beetje wat het programma inhoudt. Dat vooral. Toen dat ik dan communicatie naar communicatie ging, wou ik ook echt zo weten wat dat er praktisch allemaal werd gedaan, wat die praktische project en zo inhielden, omdat ik daar wel specifiek naar op zoek was.

Waarom heeft u dan uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?

Wel, Ik heb de opleiding eigenlijk vergeleken met de opleiding aan Artevelde en wat daarmee duidelijk werd was dat bij Artevelde was het veel theoretischer, veel strakker en bij Howest voelde je zo **meer die creativiteit, maar ook dat innovatieve en dat zelfstandige en dat herkende ik ook bij mijn eigen persoonlijkheid**. Ik ben ook iemand die heel zelfstandig werkt en die graag nieuwe dingen uit te probeert. En, ik voelde mij zo wel perfect passen zo in dat plaatje van Howest en ik had dat veel minder bij Artevelde.

Dat is dan ook hetgeen wat u aansprak?

Ja, het creatieve vooral en het zelfstandige. Ja, dat vond wel heel sterk van Howest.

Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?

Tot nu toe eigenlijk heel positief. Ik heb al heel veel bijgeleerd. Ik vind het vooral heel leuk om op creatief vlak uitgedaagd te worden. En dat lukt wel in de opleiding. Het enige is zo van de taalvakken had ik ergens zo wat meer verwacht of zo, maar dan meer van meer gesprekken te voeren. Want nu is alles zoals schools en zo een beetje hoe dat ik het in het middelbaar heb aangeleerd gekregen en ik dacht in het hoger dat dan misschien nog wat meer ging toegepast zijn ofzo. Bijvoorbeeld bij Frans vond ik ja bij het eerste jaar Frans dat de lat niet zo super hoog lag qua niveau en ik had daar gewoon wat meer van verwacht. Dat is het enige.

Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?

Goh mijn grootste drijfveer. Dus eigenlijk bedoelt u hoe dat het komt dat ik eigenlijk zo blijf in de opleiding?

Ja, wat er voor zorgt dat u blijft doorzetten.

Ja deels *het enthousiasme van de docenten*, dat werkt wel aanstekelijk. Alleen niet van allemaal, hè? Maar zo mevrouw Vandamme en zo, dat werd wel heel aanstekelijk. Omdat ze zo uw talenten erkennen ook. En dat is wel echt leuk. Maar ook zo de kans dat we krijgen om zo aan *effectieve projecten te werken* uit het werkveld, dat vind ik ook altijd heel boeiend. Omdat je meteen in aanmerking komt met je beroep. Het blijft zo niet wat abstract. En ja alweer dat *creatieve en uitdagende* dat je zelf eigenlijk redelijk *vrijgelaten* bent in wat je doet en dat het sowieso wel wordt ondersteund. Dus dat is wel leuk.

Oh mooi, wat waren u verwachtingen van de opleiding?

Een beetje hoe dat ik het nu ervaar buiten dan die taalvakken dat ik zei dat ik anders had ingeschat. Maar in het algemeen is het wel wat hoe dat ik het had verwacht. Natuurlijk is de opleiding zo anders dan die van Logopedie, omdat bij Logopedie was dat bijna twee jaar pure theorie wat je dan bij de opleiding communicatie eigenlijk veel minder hebt. Je hebt wel theorie, maar die is niet zo hevig, ik zal het zo zeggen, als die van bij Logopedie. Dus dat had ik misschien ook wel anders verwacht dat de theorie misschien nog wat meer blokken ging zij of zo. En ik vond dat dat eigenlijk tot nu toe al heel goed is meegevallen.

En had u dan nog liever meer theorie gewenst of zoals het nu is?

Goh, van mij mocht er, allé ik ben iemand die graag heel veel achtergrond informatie weet en zo graag zo'n hele kadering daar rond kent. Dus van mij mocht er daar wel nog extra theorie bij. Bijvoorbeeld een voorbeeldje van vandaag in de les van meneer Laverge over marketing ofzo. We komen aan een slide en die zegt zo opeens: "Ja dat model. Ik vind dat eigenlijk een beetje te complex voor jullie, dus ik ga daar niet uitleggen". En zo'n dingen vind ik dan super jammer, omdat ik dan denk "Allé, het staat al op de slide. Je moet het gewoon vertellen en dan weten we het". Maar je dat komt dan niet. En dat zijn dan dingetjes dat ik denk "Oh dat had ik nu wel graag geweten".

Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?

Alle aspecten. Allé ik heb niet alle vakken gedaan, dus ik vind dat wel een moeilijke vraag. Maar alle vakken die ik heb opgenomen, vind ik ook wel echt dat het echt belangrijk is geweest. Er is wel wat overlap tussen verschillende vakken, dus soms zit er wel wat herhaling in. Maar dat is in elke opleiding denk ik. Dus op ieder vlak vind ik het wel goed. Je leert alle aspecten kennen van communicatie. Dus dat vind ik wel heel sterk aan de opleiding dat er zo vanuit alle hoeken wordt bijgebracht. Wat ik eigenlijk wel nutteloos vond aan de ene kant, was bij project content creatie, zeker zo al die brainstorm technieken. Je had dat met Lego en dan met die snoepjes. Er kroop daar zoveel tijd in. Maar uiteindelijk hebben we daar dan niet zoveel mee gedaan op onze uiteindelijke case. Dat vond ik wel jammer. Je leert dan die brainstorm technieken zo super uitgebreid, maar dan moet je uiteindelijk het grootste deel van je taak in de examenperiode afwerken terwijl je eigenlijk al die lessen had. Dus ja, ik weet niet dat is een beetje organisatorisch dan.

Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen of omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?

Dat is eigenlijk toevallig dat die vraag komt. Ik heb laatst een berichtje gekregen via Instagram van een achttienjarige student die volgend jaar ging gaan studeren. Toen had ik gestuurd naar haar: "De opleiding Communicatie aan Howest is vooral heel *creatief*. Je moet vooral ook heel *zelfstandig* kunnen werken. Dat wordt echt verwacht dat ze niet meer echt je handje gaat vasthouden. Dat je zelf ook eens *innovatief* uit de hoek komt.

Het is een heel **laagdrempelige opleiding** gewoon al door de docenten. Je kan er gemakkelijk meer in **dialoog** gaan of als je een keer een idee hebt ofzo. Als je zo iets hebt gemaakt, staan de ze daar ook echt altijd open voor. En dat is wel wat Howest uniek maakt. En qua opleiding ja de vakken zoals het werken met die Adobe programma's en zo. Maar dat zit zo een beetje in elke opleiding communicatie zeker. Maar dat zijn dan ook wel de vakken die de opleiding compleet maken.

Hoe zou u dan opleiding omschrijven in 3 woorden?

Creatief. Innovatief, want onze docenten doen wel veel om de nieuwste trends aan te brengen.

Misschien expressief, omdat je op vlak van je talen veel moet doen. Je moet zo alles dat in je zit naar buiten brengen. Dus daarmee **expressief**.

Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?

Ja dat ze zo open staan voor alles wat dat nieuw is. Ze zijn niet zo echt vastgeroest. Allé die **veranderen continu mee** met de nieuwe verandering en die zijn ook echt up to date, dus dat is wel een grote sterkte. Dat laagdrempelig zijn vind ik ook wel een hele grote sterkte. Dat is ook iets wat dat niet elke opleiding kan bieden. De vrijheid die je krijgt ook om met eigen ideeën of projecten af te komen. Dat is ook wel heel sterk ja.

En wat waardeert u dan het meest aan de opleiding communicatie?

De creativiteit. Dat is ook echt de hoofdreden dat ik die opleiding heb gekozen, omdat ik dat een beetje tekort kwam bij Logopedie en hier is dat gaatje zo opgevuld.

Wat zijn dan, volgens u, de zwakke punten van de opleiding?

Planning.

Waarom de planning?

Alles wordt wat last minute geregeld. Dat is misschien ironisch, maar ook zo de **Communicatie dat soms ergens wat ontbreekt**. Bijvoorbeeld binnen twee weken moeten we naar een congres. Eerst wordt er gecommuniceerd "De school gaat dat wel betalen." en dat wij dat dan naar de school overschrijven. En nu is er zo een halve communicatie geweest dat wij rechtstreeks naar die organisatie moeten overschrijven. Maar het is nog altijd niet echt duidelijk. **Zo zijn er echt al veel dingen geweest voor die uitstappen. Dat is ook zo allemaal super last minute. Ook als er af en toe een wijziging is in het lessenrooster, dan is dat eigenlijk gewoon gewijzigd. Dit gebeurt dan ook zonder dat er een mailtje komt van "Ik heb de les verplaatst naar daar"**. Dus ja, ergens is de planning en communicatie soms wel chaotisch.

Hoe combineer u uw studie met uw studenten job, hobby's of andere activiteiten?

Eigenlijk gaat dat zeer goed om te combineren. Ik ga drie keer in de week lopen, maar ja lopen dat doe je vanaf je vrije tijd hebt. Dus dat is redelijk flexibel. Ik speel ook in een fanfare, dus dat is altijd op zaterdag. Ik volg ook zangles, ook op de zaterdag. Ik werk ook in de Floralux in Dadizele. En die zijn zo flexibel in mijn uren. Dus dat is wel echt gemakkelijk, want dan kan ik gewoon zo een maand op voorhand opgeven van kijk die dagen kan ik komen werken en dan wordt ik ingepland. Nu natuurlijk als het lessenrooster wijzigt zonder dat ik dat weet, dan is dat wel even irritant, maar eigenlijk valt dat wel heel goed te combineren allemaal.

Dat is dan vooral door de flexibele werkgever dat het goed te combineren is?

Ja, die zijn daar echt heel los en soepel. Het is wel de bedoeling dat je een paar in de maand bent geweest hè. Maar als ik zeg: "Deze week kom ik bijvoorbeeld woensdag en de vrijdag en de zondag en volgende week een keer de maandag en de zaterdag". Dat is allemaal oké.

Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?

Als je zo een keer echt bijvoorbeeld een case krijgt. Het eerste moment dat je soms zo een vraagstelling hoort dan van dat bedrijf, dan heb ik echte zo een error of zo. Omdat er dan zoveel op mij afkomt. En dan denk ik allemaal: "hoe begin ik hier nu weer aan?" Maar dan natuurlijk de sterkte van die opleiding is wel dat ze je zo stapsgewijs daardoor sleuren dat je uit die error raakt. Maar in het begin denk ik altijd: "Oh my God, hoe ga ik hier aan beginnen?" Maar ja, uiteindelijk komt dat wel altijd goed.

Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?

Ja sowieso op mijn verlanglijstje staat nog het postgraduaat Stemstoornissen in Logopedie dan dat ik me daarin specialiseer. Maar eigenlijk wil ik heel graag zo een coach worden voor mensen die vaak op podia moeten staan qua stem en articulatie. Een beetje wat dat Ella Michiels doet bij de VRT. En ze zei al tegen mij dat ze werk te veel heeft. Dus daar ergens mijn Logopedische kantjes in kwijt kunnen en qua communicatie vooral ook een beetje richting de media wereld. Ook wat content maken om creatief bezig te zijn. Mijn leven moet heel gevarieerd zijn op vlak van werk. Gewoon omdat ik al genoeg heb gemerkt als dat teveel van hetzelfde is dan geraak ik daarin vastgeroest. Dus ik heb echt veel verschillende aspecten nodig. Daarom wil ik ook graag die Logopedie en die communicatie combineren, omdat ik dan echt zo the best of both wil hebben. Ik wil wel heel graag wel richting de mediawereld voor of achter de schermen.

Dus u wilt zeker en vast communicatie erbij betrekken bij uw Logopedie?

Ja, absoluut. Ik heb het gevoel dat ik wel liever de job communicatie zou doen voor een langere tijd dan Logopedie denk ik.

Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?

Dus de communicatie van de opleiding communicatie?

Ja dat klopt.

Ik moet toegeven toen ik afstudeerde van het middelbaar, ik kwam van wetenschappen moderne talen. Ik had nooit een boekje vastgehad van Communicatie toen. Ik had ook nog nooit gehoord van de opleiding, tot dat ik uiteindelijk na mijn opleiding Logopedie naar die SID-in beurs ben geweest. *Dus misschien, ik weet niet wat meer duidelijkheid bij de doelgroep van die algemene richtingen. Want ik heb het gevoel dat mensen die in het middelbaar communicatie en zo gericht al zaten dat die daar wel snel op uitkwamen. Maar ik kwam uit zoiets algemeen, want ik weet nog dat ik zei in zesde middelbaar: "Ik wil iets met talen doen". Dus ja misschien voor de algemene richting nog wat meer bekendheid maken en daarin wat meer communicatie. Dat is nu vooral naar buiten toe.*

En in de opleiding, wees niet bang van een extra aankondiging te sturen als er een keer een wijziging is ofzo. En een lessenrooster voor een heel schooljaar is ook altijd vrij aangenaam en niet zo twee dagen voor dat de lessen terug beginnen. Ja vooral planningsgewijs eigenlijk gewoon. Omdat je een student heeft vaak zo een druk leven. Kijk nu gewoon nog maar naar alles wat daar kijk daar eigenlijk naast nog doen studeren, Maar ik kan mij geloven dat er mensen zijn die nog een drukker leven hebben. Of die een mindere flexibele werkgever hebben dan die van mij. Misschien gewoon plannings- en organisatorischgewijs voor de rest is het eigenlijk wel goed.

Heeft u een tip voor toekomstige studenten?

Als je echt voelt dat je een creatieve ziel bent met goede ideeën. Dan moet je echt niet twijfelen. Dan moet je er gewoon voor gaan en smijt u dan eigenlijk gewoon volledig en vanaf dag één wees gewoon jezelf en dan valt het eigenlijk heel snel in de plooi allemaal. Dus als tip wees gewoon jezelf en laat alles eruit komen wat dat er kan uitkomen. Je moet jezelf niet wegsteken of zo. Gewoon gaan en je wordt sowieso geapprecieerd voor wie dat je bent.

Voor wie is, volgens u, de opleiding het meest geschikt?

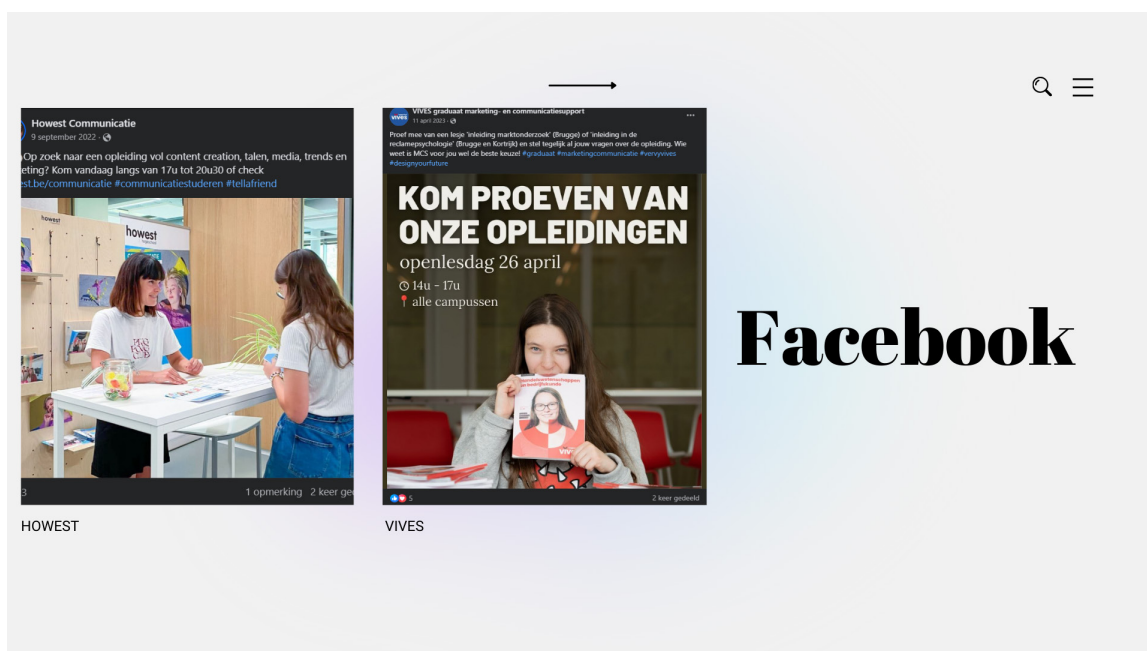
Het profiel van mensen die graag een babbeltje slaan. Zo wat die over sociale mensen ergens. Die zowat met iedereen overeen kunnen komen. Dat past er wel in. Ik vind ook die echt super creatieve mensen die graag bezig zijn met alles wat met tekenen, muziek... te maken heeft. Of diegene die juist heel analytische en strategisch gericht is, kan natuurlijk ook. Je moet eigenlijk een beetje wel redelijk veel verschil talenten hebben. Maar ik denk vooral de creativiteit en ook omdat je natuurlijk veel moet schrijven. Natuurlijk zijn creativiteit en talen denk ik echt wel de belangrijkste zijn.

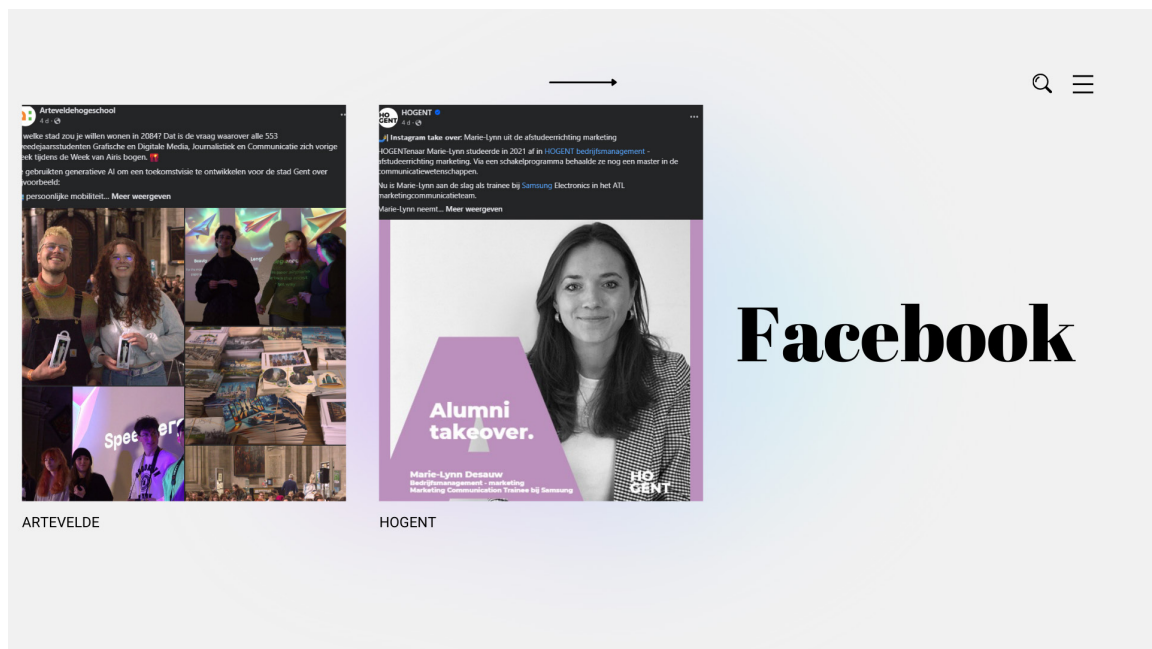
Het is natuurlijk een breed profiel, maar eigenlijk vind u vooral die creativiteit en de talen de belangrijkste vaardigheden?

Ja, dat denk ik wel dat dat de grootste twee zijn.

En ik heb nu nog een paar postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Achtervelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van deze al van de copy en de visual?

Facebook:





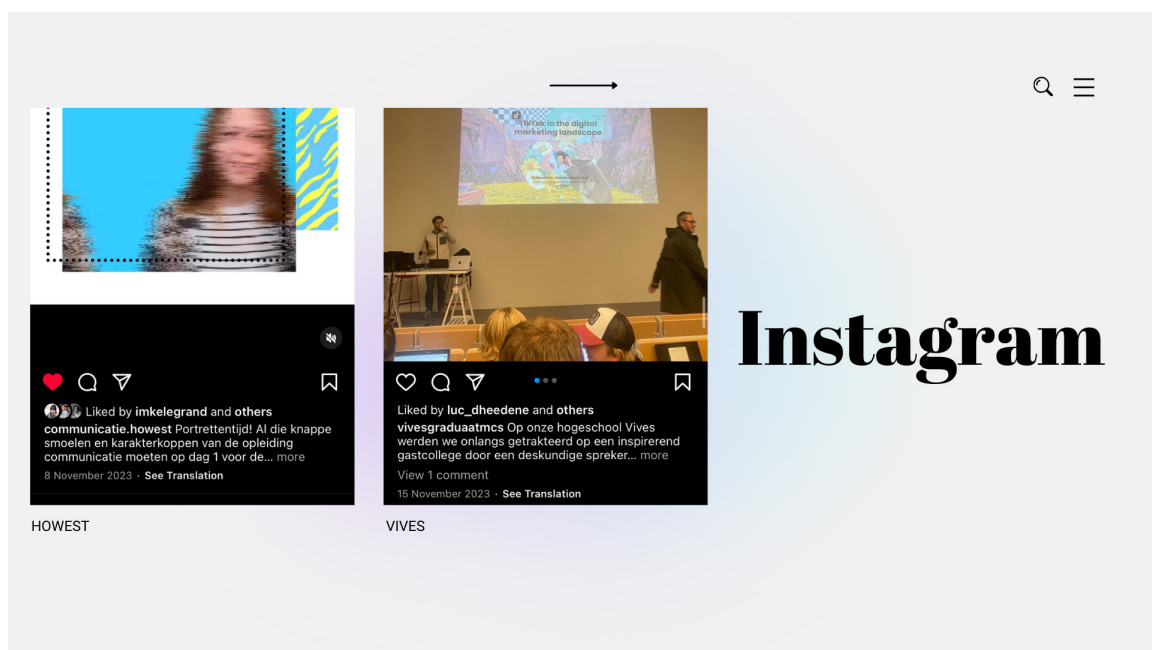
Bij Vives is dat meteen met zo een grote woorden smijten dat ze doen. Ik vind het misschien wat toegankelijker van Howest. Het is gewoon **to-the-point, duidelijk, kort en krachtig**. Bij Vives, als ik daar al lees reclamepsychologie dan denk ik al oh my god.

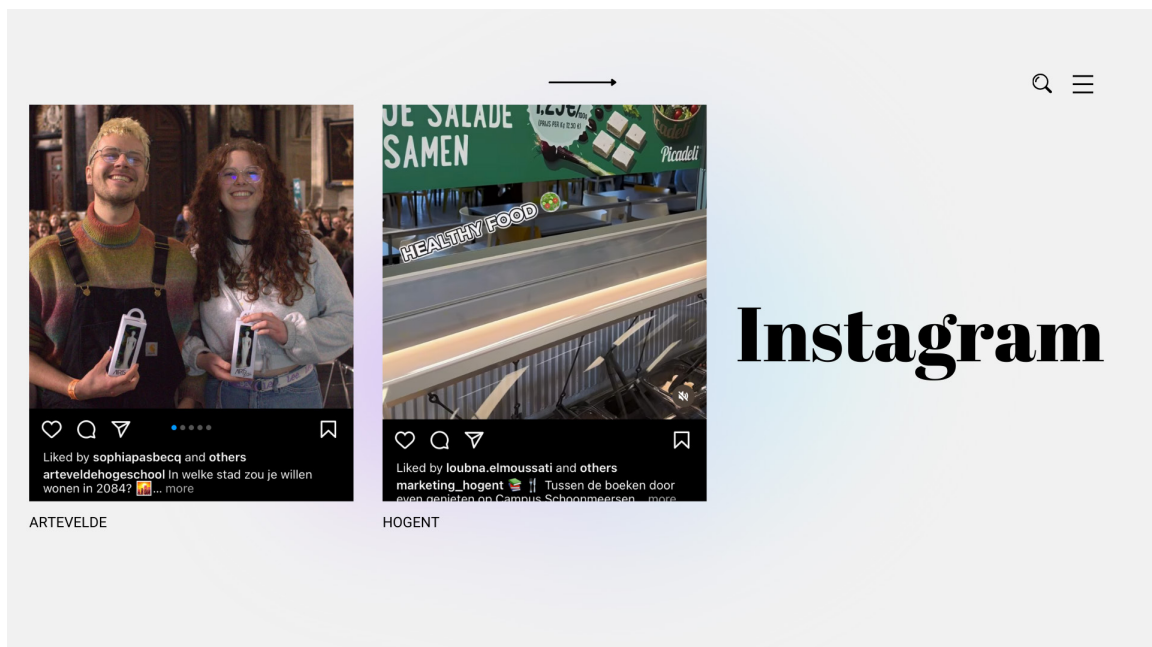
Dat ziet er wel tof uit dat van Artevelde. Je hebt zo meteen een sfeer als je zo de foto ziet.

Ja die van Artevelde dat vind ik ook wel goed, omdat je echt zo de **studenten ook aan het werk ziet**.

Dus dat is wel leuk en dan voor HoGent, dat is wel tof dat ze zo van die take-overs doen, hè, want ik volg wel HoGent nog altijd op de socials omdat ik in HoGent heb gestudeerd. En ik vind die take-overs ook wel altijd leuk, omdat je zo wel echt in het werkveld of in de stage wereld komt van die student. Maar dat wordt zo saai aangekondigd, vind ik vaak. Dat is dan zo een statische foto waarvan ik denk dat je niet goed weet wat je moet verwachten daarvan. En het is wel goed dat ze zo een **take-over** doen uiteindelijk. Maar ik denk dat ze het nog wel **dynamischer** kunnen maken.

Instagram:





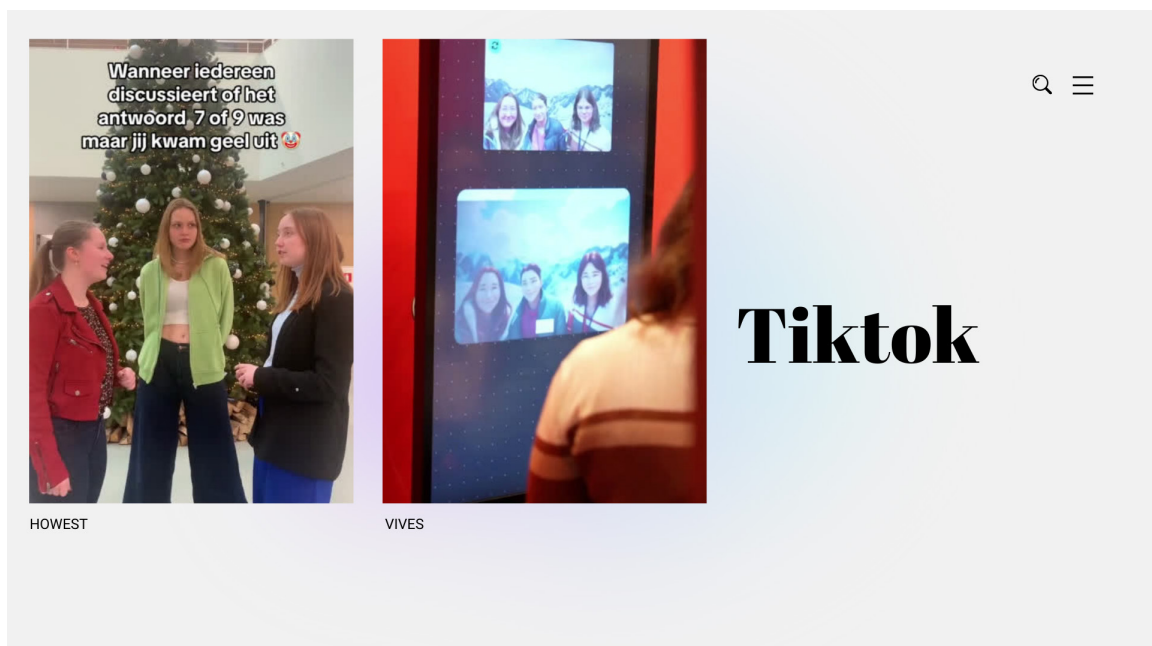
Ja die huisstijl van Howest, die springt er altijd uit. Het is wel tof dat zowel Howest en Vives delen wat daar **achter de schermen** gebeurt. En bij de opleiding Communicatie vind ik dat wel tof dat studenten ook zo een keer een plekje krijgen op de socials. Het zijn niet altijd de meest flatterende foto's zijn, maar dat is allemaal oké. En die kwaliteit van die foto van Vives, ja ik weet niet wat ik daar moet denken. Het is zo eens van: "Ik ga vlug eens een fotootje trekken voor de Instagram". Het zou misschien beter zijn als het van een beter kwaliteit is.

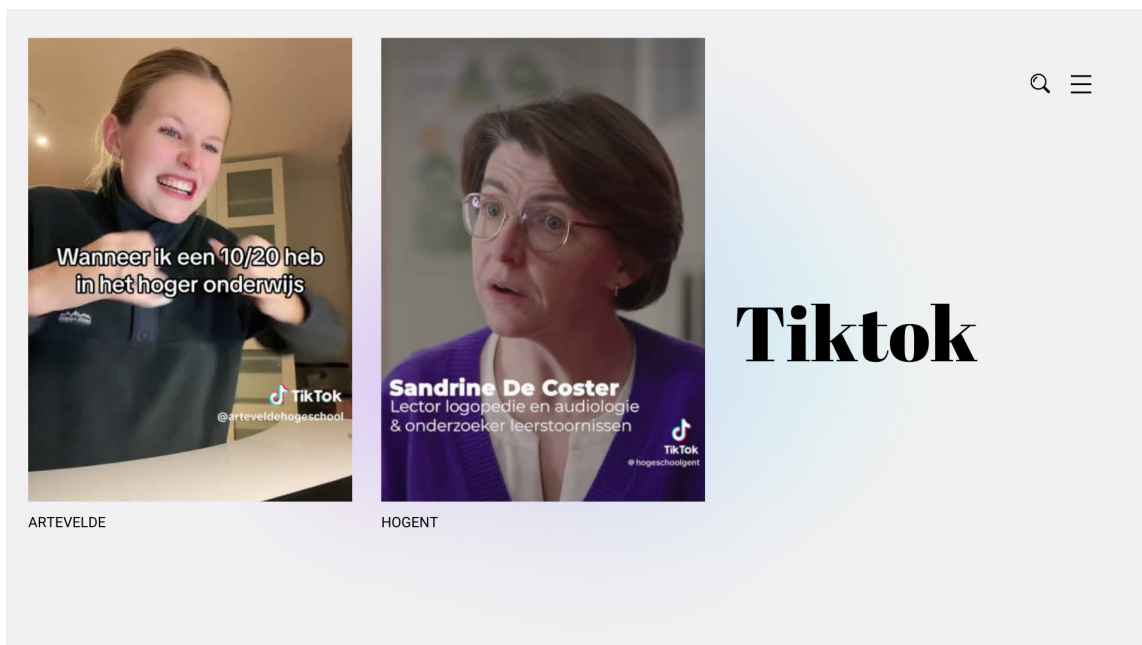
Die van Artevelde vind ik echt leuk. Je ziet ook echt zo de happiness van de mensen. Dat is echt top. Ik heb ook zoveel zin op te klikken op "more" om meer te lezen over het onderwerp. Dus dat is een goed teken. Dan HoGent, ik weet niet echt wat ik eigenlijk moet denken bij die post.

Hier praten ze vooral over de healthy food dat ze aanbieden op de campus tijdens de examenperiode.

Ja dat is wel tof dat ze dit tonen, maar je ziet er niet heel veel van. Want als ik zo 'food content' zie op mijn 'for you', dan verwater ik altijd. Hier verwater ik niet. Nochtans, HoGent doet dat heel goed voor de healthy food. Het eten is echt lekker, maar het is jammer dat ze het dan zo presenteren.

Tiktok:





Die van Howest is zo grappig. Ja dat is de max en ook super *relatable*. Ja die van Vives is ook nog goed gemonteerd. Het was iets met AI of zo.

Ja, inderdaad. Hier hebben ze AI op de SID-in beurs toegepast.

Het is wel informatiever dan die Howest, maar die van Howest is gewoon hilarisch.

Ja die van Artevelde is zo een beetje in dezelfde stijl als die van Howest. Dus dat is wel super tof om dat als student te zien, want dan denk je "Ja, me too". Bij die TikTok van HoGent voel je meer die cultuur van de school. Zo bij Howest voel je dat je vrij bent en dat je heel dicht bij je docenten kan staan, omdat je echt jezelf kunt zijn. Bij HoGent voelt het echt dat de docent hoog staat en dat je als student daaronder staat. Dat voel je ook op ieder vlak zodat de opleiding precies loopt hoe dat ze het willen. Uiteindelijk wel goed gedaan, want ze beelden de opleiding goed uit. Ik vind het gewoon jammer. Je maakt dan een TikTok over opleiding Logopedie, maar het nodigt niet uit. Het is dan beter dat je een TikTok maakt over de praktijkvakken. Ik vind dat zo een gemiste kans. Toon de praktijk van Logopedie en je voelt al veel meer wat Logopedie is, want nu heb je daar nog altijd niet een idee van vind ik. Het is nu zo een infobrochure, maar dan gesproken.

3^e JAARS STUDENTEN

Methodologisch Verslag C.Z

Eerste indrukken

De studente was zeer enthousiast. Ze antwoorde de vragen met veel plezier en was duidelijk in haar antwoorden. Ze had een zeer open lichaamstaal.

Grote lijnen

De studente is 20 jaar oud en volgt momenteel zijn derde jaar in de opleiding Communicatie aan Howest, waar zij geen voorkennis had van zijn studiekeuze. Zij waardeert de praktijkgerichte aanpak van de opleiding en de persoonlijke begeleiding door de kleine klasgroepen. Haar grootste drijfveer is het behalen van zijn diploma. De variatie in vakken, waaronder copywriting en design, sprak hem aan bij haar keuze voor de opleiding.

Zij benadrukt het belang van een goede combinatie tussen studie en vrije tijd. De studente waardeert de communicatie van Howest via e-mails en het online dashboard, hoewel ze soms de informatie tweemaal ziet. Bij de beoordeling van socialemediaposts geeft ze de voorkeur aan Vives' visuele aantrekkingskracht en Howest's bondige copy, terwijl zij Artevelde's algehele uitstraling als het meest aansprekend beschouwt.

Details die zijn opgevallen

1. De studente waardeert de persoonlijke begeleiding door de kleine klasgroepen en benadrukt het belang hiervan als een van de sterke punten van de opleiding.
2. Zij geeft aan dat de combinatie van praktijkgerichte vakken, zoals copywriting en design, haar aansprak bij haar keuze voor de opleiding Communicatie.
3. Bij de beoordeling van sociale media posts benadrukt zij het belang van duidelijke communicatie en een aantrekkelijke visuele presentatie, waarbij ze de voorkeur geeft aan posts die zowel visueel aantrekkelijk zijn als bondige, relevante copy bevatten

Praktische informatie

De geïnterviewde is C.Z Het interview vond plaats in een rustige setting in een lokaal van de Penta op 1 maart 2024. Het duurde 20 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

Ik ben 20 jaar.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Geen idee.

Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?

Ja, inderdaad.

In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

Ik zit momenteel in mijn derde jaar communicatie.

En hoe bent u in contact gekomen met Howest?

(aarzelt) Dat is een goeie vraag. Ik had dan uiteindelijk beslist dat ik Communicatie wou studeren. Dan had ik dat ook gewoon opgezocht: "Communicatie" en dan kwam ik bij de school van Thomas More eigenlijk uit, dus in Mechelen. Toen dacht ik: "Oh. Zo ver". Maar toen heb ik ingegeven "**Communicatie West-Vlaanderen**" en dan pas kwam ik bij Howest.

Dus bij 'Communicatie West-Vlaanderen kwam je uit bij Howest?

Ja.

Hoe wist u dan dat u communicatie wou studeren?

Het is heel ruim en je kan er alle kanten mee uit. En ik ben sociaal en praat graag.

Welke factoren spelen volgens u een belangrijk rol bij het kiezen van een opleiding?

Ik moet zeggen *communicatie is iets creatiefs en de website*, ik heb dan ook bijvoorbeeld Artevelde Hogeschool bekeken of HoGent en die website trok op niets, maar die van communicatie wel. Dus dat was wel een grote factor, de website. Bij de website van Howest kon je ook een *brochure downloaden, filmpjes bekijken en zien wat de rest deed. Dus ja inzicht van wat de studenten deden, was ook een belangrijke factor*. Er waren ook *opendeurdagen* en je kon met docenten praten.

Dus wat sprak u dan het meest aan in de opleiding om echt te zeggen "Ja, ik kies hiervoor."?

Dat je van alles een beetje meer leert. Je leert marketing, een stuk economie, een stuk copywriting en een stuk design. Het is van alles een beetje. Het is niet zo een iets heel specifiek.

Die variatie sprak u dan het meest aan?

Ja die *variatie*.

Hoe bevalt de opleiding u tot nu toe?

Fantastisch. Het is heel leuk dat het heel praktisch is en niet enkel theorie.

Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?

De diploma aan de finish. (lacht) Ja dat is wel de echte waarheid. Ook dat we met een *vaste klasgroep* zijn, omdat we niet met 200 in de aula zitten, maar met 30-40. Iedereen kent iedereen en kan bij iedereen terecht. Dat is ook wel een grote drijfveer.

Had u bepaalde verwachtingen van de opleiding?

Weinig tot geen. Ik heb me er gewoon in gesmeten.

Welke aspecten van de opleiding vindt u belangrijk of interessant?

(twijfelt) Ik vond een vak van het eerste jaar wel het leukste. Zo dat vak waar je hebt geschreven aan een magazine. Copy en Design, dat vond ik het tofste, omdat je leerde schrijven, maar ook hoe dat je dat mooi in beeld kon brengen.

Dus dat is dan ook uw grote reden waarom u dit interessant vond?

Ja.

Hoe zou u de opleiding aanbevelen of omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?

Het is een heel **gevarieerde opleiding en elk semester is helemaal anders**. Je kan creatief zijn, maar het is ook voor de bloggers die graag de theorie hebben, maar het is ook voor de mensen die graag die er in de praktijk zijn. Alles heeft iets en geen enkele dag is hetzelfde.

Ja, dat is ook weer die variatie dat u zegt. Hoe zou u dan de opleiding omschrijven in drie woorden?

Veelzijdig, creatief (aarzelt) en gezellig.

Wat vindt u sterke punten van de opleiding?

Dat we met een kleine groep zijn. Ja, dat echt wel, want als ik wel eens hoor van vriendinnen die aan de unief zitten en die kennen nog met toeters en blazen hun docent. Hier, wij krijgen de voorbeeldvragen van een examen, we worden ondersteund tijdens opdrachten. Er is veel meer hulp voor de kleine groep, dan moest je een aula hebben met meer dan duizend.

Dus dat is dan ook wat u het meest waardeert?

Ja, zeker.

Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding?

Dat vind ik een moeilijke vraag. De zwakke punten zijn dat ... (denkt na) Misschien in het eerste jaar heb je wel heel veel lange dagen. Dat vond ik niet zo leuk. Dat verandert wel als je naar het tweede en het derde gaat Maar ik weet nog in het eerste jaar had je elke dag les van acht uur dertig tot kwart voor zes. Vooral de woensdag was dat Dat was echt niet leuk. Dat er zo nooit een keer een dagje niet ... Terwijl nu, bijvoorbeeld zijn we de woensdag thuis. Dat is misschien wel. En misschien ook dat heel veel deadline bij elkaar vallen. Maar dat ligt aan je eigen planning. Dat is het enige dat ik kan bedenken, maar dat zijn meer persoonlijk. Echt zoiets over de opleiding zelf, denk ik niet nee.

Hoe combineert u uw studie met uw studenten job, hobby's of andere activiteiten?

Ik ga overdag naar het school en 's avonds of in de weekenden doe ik de rest. Ik zou dan liever door de week 's avonds werken voor het school, dan dat ik in het dat ik het weekend moet werken voor het school. Dus bijvoorbeeld gisteravond ben ik nog tot 10 uur voor het school bezig geweest. Maar dat vind ik niet erg, dat ik dan in het weekend maar iets moet doen. Dat probeer ik wel.

Dus dat je in het weekend wel je eigen ding kan doen?

Ja, mijn weekends zijn ook meestal druk, dus dat kan ik ook meestal niet tijd voor het school doen. Dus door de week zit ik soms wel langer aan mijn bureau, maar daardoor heb ik wel mijn weekend. Het zijn mensen die bijvoorbeeld om 6 uur stoppen, maar die het wel in het weekend voor het school moet werken, dat doe ik niet.

Welke uitdagingen ben u al tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?

Plannen. Dat is een eerste ramp, want wij hebben veel deadlines. Dus je moet veel plannen en dat is mijn struikelblok.

Dus vooral die planning is een uitdaging?

Ja, zeker.

Wat is uw ideale carrière pad, na het afronden van de opleiding?

Goede vraag. Iets waar ik veel kan schrijven en weinig moet ontwerpen.

Dus vooral die copy dat u interesseert?

De copywriting, ja. Ik heb op mijn stage ontdekt dat het design niet zo mijn ding is.

En welke aandachtspunten of suggesties geeft u voor de opleiding communicatie, wat betreft de communicatie?

Een grappige vraag. *Ik vind het goed dat ze werken met en een mail en op dat dashboard van Howest. Dat je het twee keer ziet*, dat is soms al moeilijk. Vind u dat wel nodig. Ik vind dat wel goed. Mag dat ook gezegd worden? Ja. Ik vind het goed.

Heeft u een tip voor toekomstige studenten?

Vooral maken dat je school even nog met je buitenleven kan combineren. En als je dan eigenlijk op de toppen van de tenen moet lopen, dan is het niet een ding. Het is gewoon belangrijk dat het leuk blijft.

Dus vooral dat ze de combinatie aan moeten kunnen?

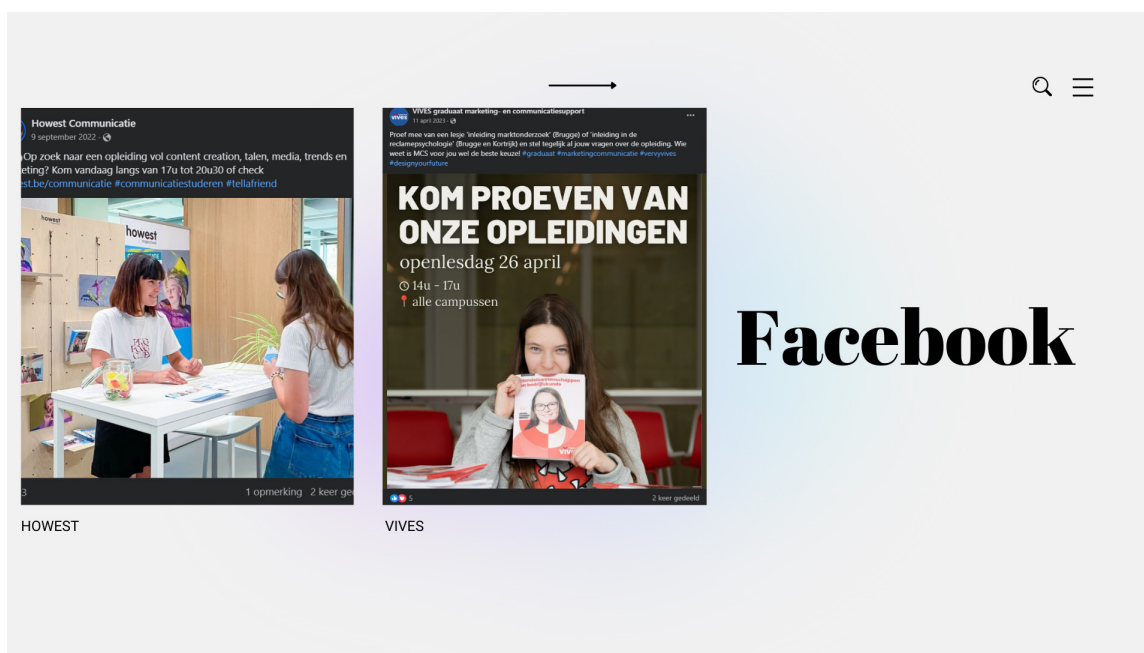
Ja. We hebben veel deadlines, maar dat is ook niet de bedoeling dat je elke dag tot laat aan je bureau zit, die moet ook nog een beetje kunnen genieten van je studentenleven. En als dat niet meer lukt, dat is ook voor iets anders zoeken.

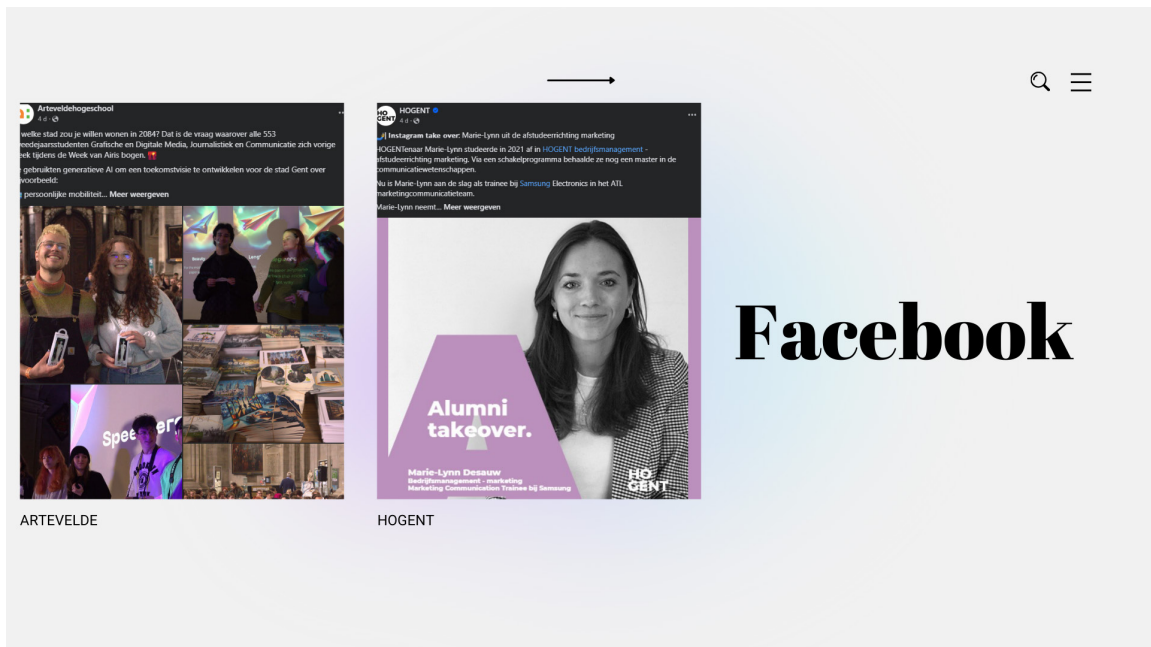
Voor wie is de opleiding het meest geschikt volgens u?

Voor mensen die nog willen verder studeren, maar zonder te veel studeren. Die meer praktijk gericht zijn en die graag creatief bezig zijn. Zowel met woorden als met beelden. Een beetje voor de duizendpoten van de wereld.

En ik heb nu nog een paar postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Achtervelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van deze al van de copy en de visual?

Facebook:



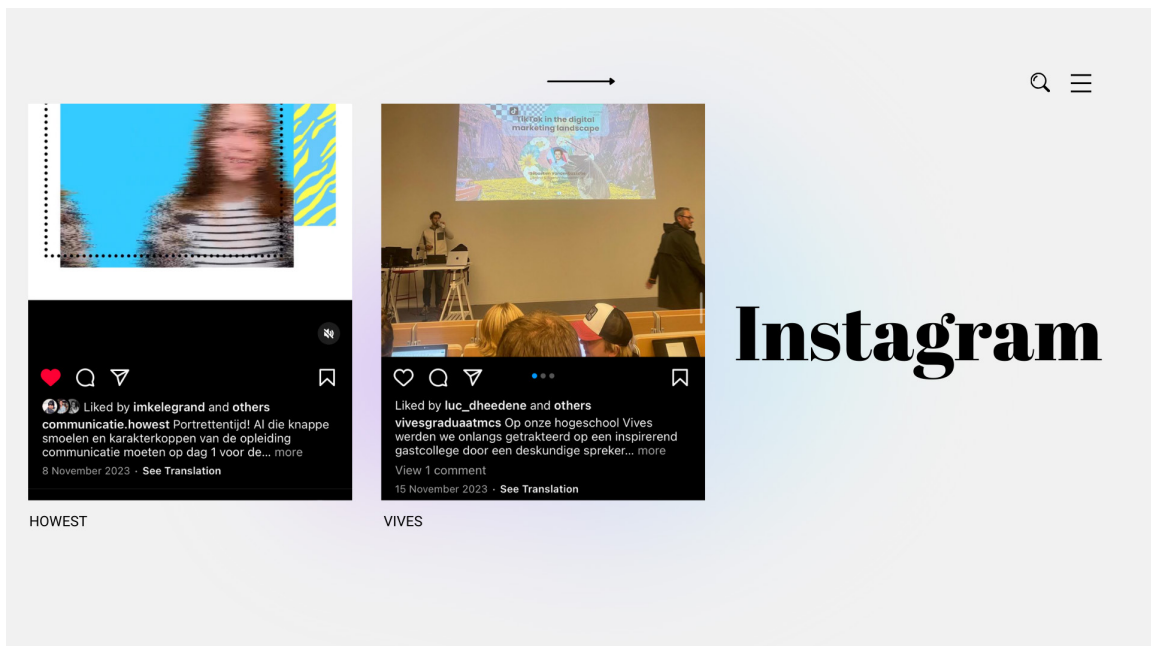


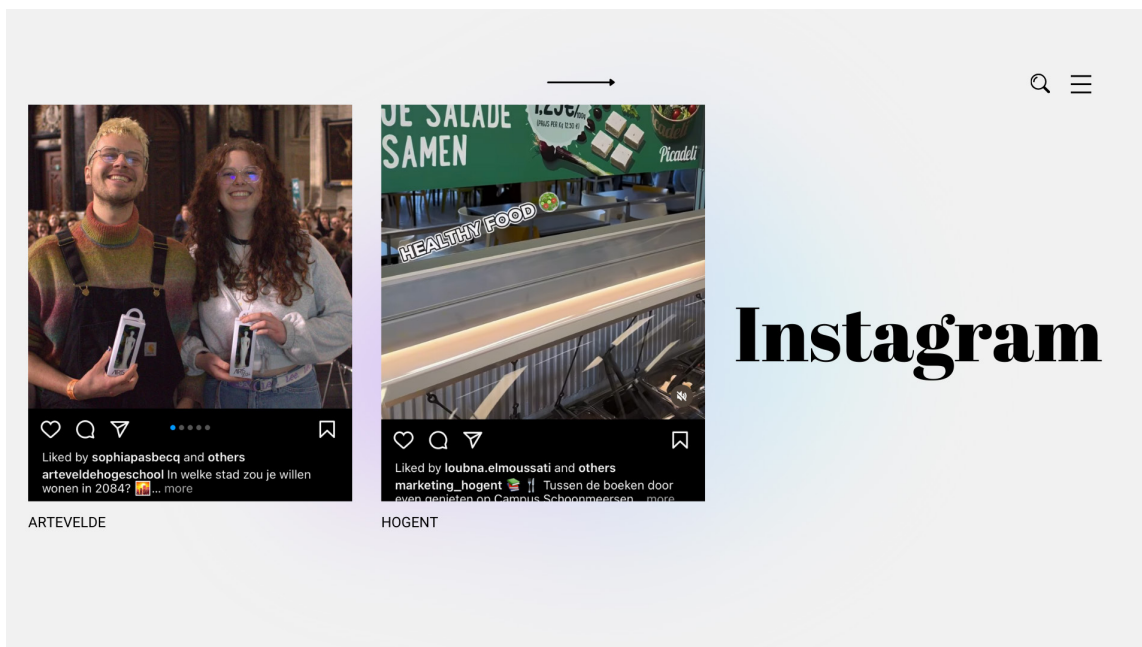
Die visual vind ik beter van Vives. Het springt meer in het oog. Ook is het meer een geheel. Maar de copy van Howest vind ik wel beter. Het is kort en krachtig. Een combinatie van beide zou beter zijn. Bij de volgende, springt HoGent direct in het oog. Alhoewel... (aarzelt) Ik vind dat HoGent er professioneler uit ziet. Maar Artevelde toont wel meer hoe dat het in zin geheel is.

Welke zou u het meest aanspreken?

Op het eerste beeld zou ik HoGent gezegd hebben, maar nu dat ik het in het geheel heb gezien, zeg ik Artevelde. Zij brengen ook smileys.

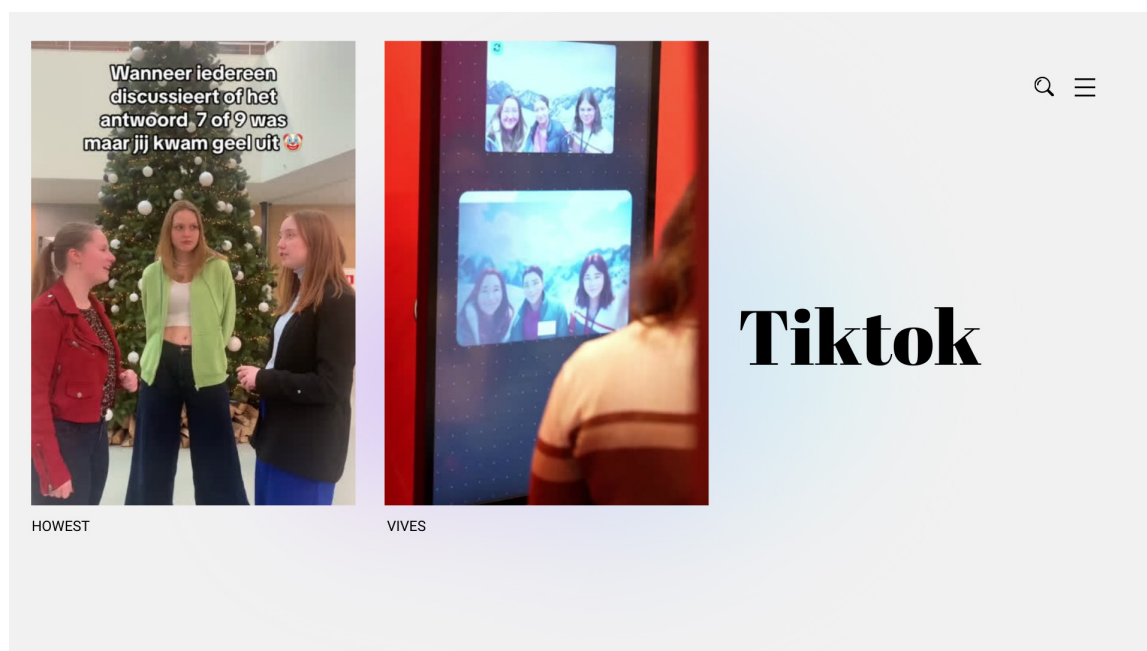
Instagram:

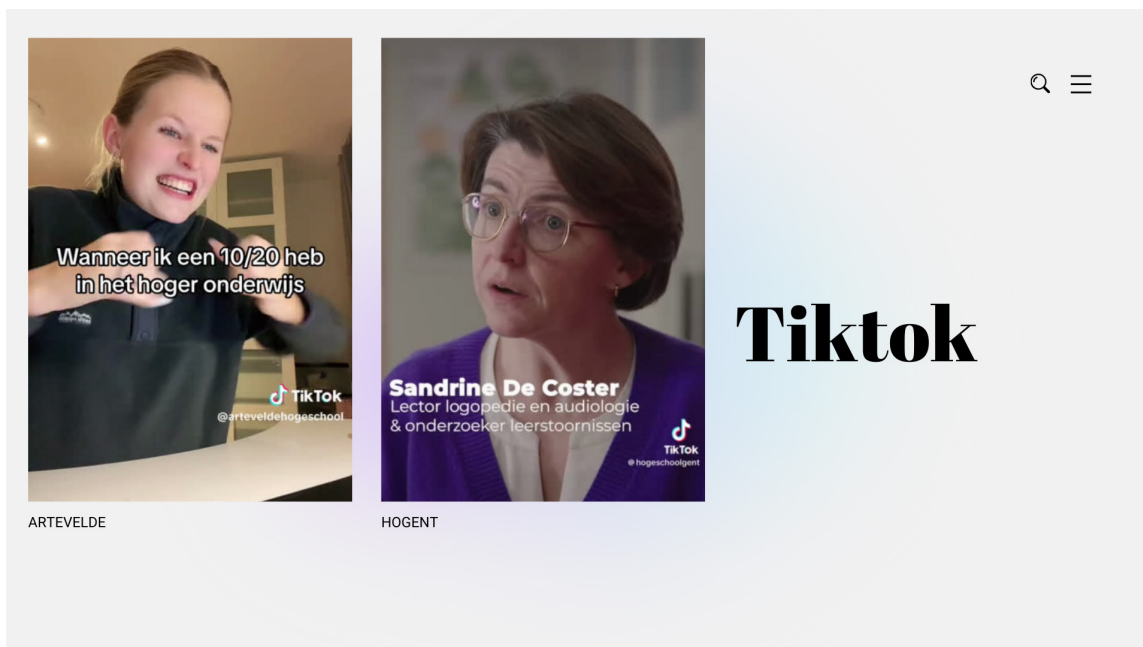




Ja links die van Howest. Bij die van Vives is dat gewoon zo een fotootje dat uit de les gepakt is. Je ziet ook maar half ... er is daar zo een man iets aan het drinken en iemand met een pet in de klas. Nee spreekt niet aan. Ja weer links, die van Artevelde. Artevelde toont iedere keer wat er gaande is. Terwijl, wat is dat daar rechts, healthy food. Je ziet maar half wat erop staat.

Tiktok:





Eerlijk gezegd, kies ik bij deze Vives. Omdat Howest is leuk en heel herkenbaar, **maar er staat nergens op dat van Howest is**. Terwijl bij Vives zie je wat de studenten aan het doen zijn en op het einde sluiten ze ook af met Vives. Terwijl nu bij Howest staat Emeline daar, maar als je Emeline niet kent, weet je niet dat dat van Howest is. Die van HoGent, swipe ik meteen weg en kijk ik zelfs niet naar toe. Dat is saai. Dus hier kies ik Artevelde. Voor mij is die kijk achter de schermen van HoGent niet belangrijk. Als ik zo een oude vrouw zie, swipe ik meteen verder. Dat is nu cru maar het is de waarheid. Ik denk ook dat ik niet de enig ben die zo denkt.

Methodologisch Verslag K.V

Eerste indrukken

De respondente was zeer enthousiast om het interview af te nemen. Ze had zeer veel energie en zag het zitten om er aan mee te werken.

Grote lijnen

De student is een vrouw van 21 jaar oud die eerder een opleiding tot leerkracht secundair onderwijs volgde maar besloot te switchen naar Communicatie aan Howest. Ze ontdekte de opleiding online en koos oorspronkelijk voor toerisme en recreatiemanagement, maar werd uiteindelijk aangetrokken door de brede mogelijkheden van Communicatie. Haar grootste drijfveer tijdens de opleiding is het verkennen van haar toekomstperspectieven en het ervaren van voldoening in haar werk.

Ze waardeert de veelzijdigheid en creativiteit van de opleiding, maar wijst ook op uitdagingen zoals het gebrek aan duidelijke communicatie over opdrachten en feedback. Ze benadrukt het belang van creativiteit en open-mindedness voor toekomstige studenten en suggereert dat de communicatie van de opleiding beter kan worden afgestemd op potentiële studenten, vooral op evenementen zoals de SID-in beurs. De student heeft ook kritiek op de communicatie van andere onderwijsinstellingen op sociale media, waarbij ze de voorkeur geeft aan meer informele en aansprekende content.

Details die zijn opgevallen

1. De studente benadrukt het belang van creativiteit en veelzijdigheid in de opleiding Communicatie.
2. Ze waardeert de mogelijkheid om uit haar comfortzone te stappen en nieuwe dingen te proberen tijdens de studie.
3. Er is een opmerking over het gebruik van informele en aansprekende taal in sociale media inhoud, zoals op TikTok, waarbij de formele toon wordt bekritiseerd en de voorkeur wordt gegeven aan meer informele benaderingen.

Praktische informatie

De geïnterviewde is K.V Het interview vond plaats in een rustige setting in een lokaal van de Penta op 29 februari 2024. Het duurde 29 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

Ik ben 21 jaar.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Ja, maar het was niet Communicatie.

Wat was uw vorige opleiding?

Leerkracht secundair onderwijs met onderwijsvakken Nederlands en Engels.

Dit is dan niet uw eerste opleiding in het secundair onderwijs?

Nee, maar ik heb die opleiding niet afgerond. Het was maar een jaartje.

En in het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

In het laatste jaar.

U heeft hiervoor leerkracht gestudeerd. Waar was dat dan?

In Torhout, in Vives.

Hoe bent u dan in contact gekomen met Howest?

Online, want het ding was, ik heb pas op het laatste moment beslist dat ik niet meer verder wilde doen. Dus dan was dat plots in augustus / juli "ah ja nu moet ik iets anders zoeken". Ik had dan ook al veel infodagen gemist. Dus heb ik online een beetje opgezocht en ben ik eigenlijk bij toerisme en recreatiemanagement terecht gekomen. Maar dat was nog half corona, hè? Dus er waren wel infodagen, maar je moest dan zo'n zo'n slot momentje reserveren en ik dacht dat het een beetje stom is dat ik hier een half uur ga reserveren voor 1 opleiding te bezoeken. Dus dan dacht ik, ik kan nog iets erbij flappen en zo communicatie. Maar eigenlijk echt met het doel om dat toerisme en recreatiemanagement te doen en nu zit ik hier.

U zegt dat u online heeft opgezocht, welke informatiebronnen had u dan gebruikt?

Ik heb verschillende dingen ingetypt. Maar ik had zo twee voorwaarden dat de opleiding moet hebben en dat was dat er **Engels** moest in zitten en het moest **creatief** zijn. En met die twee dingen ben ik dus bij toerisme terecht gekomen, maar directe **website** zelf van Howest en dan daar bij de opleidingen gekeken, wat dat er allemaal was en Kortrijk wel, want ik wilde wel in **Kortrijk** blijven. En zo ben ik dan Communicatie tegengekomen.

Dus dat is dan terug via toerisme en recreatiemanagement dat u terecht bent gekomen bij Howest?

Ja.

Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Dat er Engels en creativiteit is. (lacht) Maar ook wel wat andere mensen van school.. Bijvoorbeeld Torhout Vives. Ik dacht altijd Vives, want mijn zus was naar Vives geweest, wist daar ook het meeste van. Het is ook toen dat ik zo zag dat toerisme bij Howest was dat ik altijd eigenlijk niet zo goed over die school. Maar een vriendin van mij zat wel in Howest. Zij doet Digital Design als in detail en dan zei ik "Ah je zit toch in Howest, hoe is dat echt Howest?" En dan zeg ik tegen mama "Kijk, ik heb toerisme gevonden bij Howest hé. Wat denk je, ik heb al goede dingen gehoord van Howest".

Waarom heeft u dan uiteindelijk gekozen voor deze opleiding met dat u twee keuzes had?

Dat er Engels en creativiteit is? (lacht) Nee, maar ik was wel van "Wow". *Ik had eerst naar toerisme gegaan bij mijn tijdslot en dan een keer naar communicatie en dat lokaal. En het was mevrouw Desmet die daar stond. Maar ja, ik kende die toen nog niet helemaal goed zij had daar een heel uitleg gegeven van podcast en campagnes en reclame en PR en ik zat daar "Wauw". Het was zo grappig ook, want ja, ze gebruikte al veel Engelse woorden. Dan ik kwam naar buiten en het eerste wat mijn ouders zeggen was "Ja, het gaat toerisme worden, zeker" Dat was ook maar een rare uitleg, hè?" En ik zat daar "Nee dat was toch fantastisch." En ze zei "Nee ik weet niet of ik het goed begreep. Communicatie ik weet nu nog niet wat dat dat is." En ik zeg "Ja ik ook niet, maar het zag er wel fantastisch uit".*

Hoe bevalt de opleiding Communicatie u tot nu toe?

Goed. Ja ik ben wel blij. Vooral met dat ik eigenlijk 6 jaar lang in het middelbaar dacht "Ik ga leerkracht worden". En dan plots was het van "Oei, Ik kan toch geen leerkracht worden?" Ja, moest je plots op zoek naar iets nieuws. Dus ben ik wel blij dat ik communicatie ook zo breed is, want bijvoorbeeld leerkracht als je dat studeert en je hebt het diploma van leerkracht kan je niet iets anders doen of zo. En nu met communicatie kun je zoveel doen, kan overal terecht vind ik ook echt voordelig.

Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?

Goede vraag. (denkt na) Toen ik ontdekte dat ik toch geen leerkracht meer wilde worden voor mij was het echt zo van "Oké, mijn toekomst is nu een zwart gat. What the hell ga ik nu doen met mijn leven?" En nu kan ik het zo wel weer al zien, snap je? Nu zie ik echt zo een office girly die elke dag naar het werk gaat en achter haar bureau zit. En ja, dat is mijn drijfveer dat ok denk van "Oké, ik wil een carrière."

Dat u de toekomst meer ziet?

Ja. Ook omdat bijvoorbeeld dan in het eerste jaar. Ik was echt onzeker dat ik dacht van ga ik dat wel kunnen. Leerkracht zijn en niet om te doen of te stoefen of zo, maar ik wist wel dat ik het ging kunnen. Het was gewoon omdat ik het niet tof vond dat ik ermee ben gestopt. En van dit hier wist ik dat ik het tof ging vind, maar ik wist niet of dat ik het kunnen. Dan met die podcast dat was zo goed was gegaan en dan de punten dat goed gaan dan denk ik wel "Oké ja dat is toch iets voor mij".

Naast het creatieve en het Engels, wat waren nog verwachtingen van u van de opleiding?

Dat we veel gingen zien. Dat het **breed** was. En eigenlijk ja, daarnaast had ik niet veel verwachtingen, omdat ik gewoon niet wist wat ik moest verwachten. Omdat ik zeg die infodag was echt veel info en eerlijk wist ik nog altijd niet wat communicatie was. Wij wisten alleen dat het er tof ging uitzien.

Dus er waren weinige verwachtingen aan gekoppeld?

Ja gewoon inderdaad weer dat creatief ging zijn, dat ik veel ging doen en dan stage. Het ding was ook gewoon "Wat ga ik anders doen? Boekhouden?" Dat was ook oprecht iets. In de namiddag ging ik normaal gezien nog naar Vives gaan om boekhouden te gaan bekijken. Maar ik zei dan "Het is niet meer nodig. Ik ga kiezen tussen Toerisme en Communicatie."

Welke aspecten van de opleiding vindt u belangrijk of interessant?

Veel. Alles wat we zien is eigenlijk interessant. Het is allemaal nieuw voor mij. Ik heb daar nog niks van gezien. Dat is allemaal nieuw. Oke ja een beetje marketing dat ik misschien in een economie al gezien heb in het middelbaar. Maar dat is ook zeer weinig. Het is allemaal wel belangrijke dingen.

Heeft u iets dat er uitspringt?

Ik weet niet, want ik zou nu niet kunnen zeggen van dat vak is minder belangrijk. Ik weet niet. Je hebt ze allemaal nodig in de opleiding. Ook al zijn er wel waarvan dat ik ze minder graag deed. Maar achteraf gezien als ik het dan later nodig heb, dan zal het wel belangrijk dat ik dat gezien heb. Bijvoorbeeld vorige jaar contentcreatie. Die opdracht was minder mijn ding. Ik er soms echt wel eens op gevloekt, maar dan denk ik wel altijd "Als ik het later moet doen is het belangrijk dat ik het gezien heb."

Hoe zou u de opleiding omschrijven of aanbevelen aan iemand die er nog niets van weet?

Dat is zo een moeilijke. Elke keer als ik op de infodag sta en mensen vragen 'Wat doe jij nu?'. Dan begin ik altijd met "Ja, Communicatie ik kan dat niet uitleggen in twee zinnen, maar..." En dan begin ik met de hele uitleg van "Ja je kunt er van alles mee doen. Je hebt Marketing en PR." Omdat ik zo makkelijk wil uitleggen aan mensen. En dan zeg ik ook, "Marketing is zo de reclame kant voor het product zelf en dan PR is meer voor de imago van een bedrijf."

Maar je kan ook event manager doen, dan ga ik sociale media doen." Ik vind dat altijd moeilijk om uit te leggen. Maar ja, drop gewoon een paar woordjes, snap je fancy woordjes.

Hoe zou u de opleiding omschrijven in 3 woorden?

Creatief, veelzijdig (denkt) Ja leuk is een basic woord, maar ik heb me wel echt geamuseerd in de opleiding. **Voldoening, creatief en veelzijdig**. want dan was het grootste probleem bij leerkrachten opleiding. Als ik opdracht deed, dat was gewoon saai. Dat was omdat in het middelbaar... Je hebt meer een taak, dan moet je dat invullen en je dient dat in ziet dat nooit meer terug. Maar nu we hebben een podcast. We hebben dat, We hebben dat. En ik kom thuis en ik zeg "Kijk mama wat ik nu heb gedaan." En ik haal er zoveel voldoening uit. Ook gewoon omdat je voor echte bedrijven soms werkt. Er wordt echt iets gedaan met u werk. In de leraren opleiding was dat niet. Je dient dat in en klaar. Je ziet dat nooit meer terug en dat was ook zo, want mijn mama vroeg dan ook, ja, "Waarom wil je nu hier leerkracht mee worden?" En ik zei "Ja, ik weet niet." Maar ja dat is uiteindelijk dan wel het ding. Ik haal er voldoening uit. Als ik voor die klas stond.. Of ik kwam terug en vroeg aan mijn vriendin "Hoe was jullie stage?" "Ja dat was super tof toch als je ziet aan die kinderen dat ze iets bijleren door wat je aan hun aan het vertellen bent". En ik zat daar van "Goh het boeit me eigenlijk niet of die kinderen het nu wel of niet snappen." Toen dacht ik misschien is dat toch niet iets voor mij.

Wat zijn volgens u de sterke punten de opleiding Communicatie?

Veelzijdigheid, creativiteit. Ik val het echt in herhaling. Maar dat is wel zo toch. Sorry maar als wij hier straks afgestudeerd zijn, wij kunnen overal terecht bijna. Dus veelzijdigheid, creativiteit, want ik zeg het. Ik vond dat zo belangrijk. Het ding is, het is misschien een 9-to-5 of een office job en dan zeggen ze, mijn zus zegt ook altijd, ik zou echt niet kunnen, zo'n job waar ik een hele dag achter mijn computer zit. Maar dan denk ik, ja, maar het is niet dat je dat zelf aan het doen bent. Je bent heel snel creatief bezig, dus dat is wel tof. En de begeleiding ook wel. Als je naar de universiteit gaat en je zit in zo'n grote zaal, ik zou het daar echt moeilijk mee hebben. Geen contact met de leerkracht.

Wat waardeert u het meest aan de opleiding?

Niet te geloven, he. Maar de veelzijdigheid en de creativiteit. Ja, maar dat is ook logisch dat ik de sterkste punten waardeer. Mag ik nog iets zeggen van de sterke punten? Ik vind wel dat ik enorm uit mijn comfortzone ben getrokken door deze opleiding. Sorry, maar mensen interviewen, ik zou zo hard cringen vroeger. Voor die podcast moest daar dan een alumni interview. Maar ik had daar stress voor. En achteraf is dat dan heel goed gegaan. En ze zijn daar dan bijna trots op. Of bijvoorbeeld door de opleiding ben ik letterlijk naar Lissabon gegaan. Ik was heel bang op een vlieger. Maar door hun, door de opleiding, ben ik letterlijk op een vliegtuig gestapt. Ik bedoel, de keer dat ik al uit mijn comfortzone ben gegaan door de opleiding, dat waardeer ik ook wel.

Wat zijn volgens u de zwakke punten van de opleiding Communicatie?

Ik had soms vaak het gevoel dat we een opdracht moesten maken en dat we dan pas achteraf de uitleg eigenlijk kregen. Want we hadden al iets van info dat we die opdracht konden maken, maar bijvoorbeeld, wacht hé, er zit zo een voorbeeld op het puntje van mijn tong maar ik weet niet meer precies wat en hoe. (denkt) Maar volgens mij was dat voor Trends en Business. Nee, nee. Jawel. Weet je dan wat dat was in opdracht? Dat was in ons eerste jaar, tweede semester. En dat was met mevrouw Baart. En dat was zo, je hebt zo die kruis. En dan moest je, like, iets doen. Dus we moesten die opdracht maken. Dat was nog op punten. Allemaal goed en wel En dan achteraf Komt er een mevrouw spreken. En zij is ook van Howest., iets met sport. En toen gaf zij zo een interessant, haar college was interessant. Maar ik dacht, eigenlijk was het veel interessanter geweest om dat voor die opdracht te krijgen.

En ik heb dat nog een paar keer gehad, dat ik dacht "Oké, interessant, maar de volgorde klopt niet ." Ik heb dat nog een paar keer gehad. Ik dacht, oké interessant, maar de volgorde klopt niet. Maar we zijn er nog niet uit. Maar soms denk ik dat feedback rapper kan. Maar ik weet ook niet in hoeverre dat haalbaar is voor de leerkracht.

Hoe combineert u uw studie met uw studentenjob, hobby's of andere activiteiten?

Dat lukt op zich wel. Nu, in het eerste semester van ieder jaar, heb ik meestal toneel. En dat is dan de dinsdag en donderdagavond repetitie. Dus dan weet ik al dat ik die dag meestal in de avond niet veel kan doen voor school. En dan de zondagochtend ga ik gaan werken in de Spar. Maar de zondagochtend was sowieso als, sinds het middelbaar was de zondagochtend, werkte ik sowieso niet. Dat was, als ik niet moet gaan werken, slaap ik uit. Maar no way dat ik ga werken voor school op een zondagochtend. Dus of ik dan ga werken of niet, dat maakt eigenlijk niet veel verschil. Die dinsdag en donderdagavond was soms wel... Maar dat was vooral moeilijk in het middelbaar eigenlijk. Nu in het hoger heb ik er echt geen miserie mee, omdat we overdag veel meer kunnen doen van school. Dus eigenlijk vind ik het hoger, veel beter te plannen dan het middelbaar. Het middelbaar had ik echt een dikke stress, iedere avond. Nu ben ik veel meer op mijn gemak.

En welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog?

Verwachten veel van de bachelorproef. Mensen vinden voor een focusroep bijvoorbeeld. Wat ben ik tegengekomen? Uitdaging, als in dat ik uit mijn comfortzone ben gestapt. Dat ik stress had voor bijna veel dingen, maar dat dat wel goed is gekomen. Mijn mama zegt dat ook. In het middelbaar, ik was een stresskip. Tot en met. Ook in het eerste jaar hogere lerarenopleiding. Ik zat toen ook op kot. Dus dan kwam ik in het weekend thuis en dan was het gewoon zagen. Ik moest dat doen, ik moest dat doen. En dat zij ook echt een verschil merkte dat ik met communicatie zat. Dat ik eigenlijk nooit meer klaagde over school ofzo. En dan dit jaar was er wel, dit semester, was de eerste keer dat ze zei al ik hier zijn. Dat is de eerste week dat je er tegenop zit om naar school te gaan. En welke week was dat? Dat was een van de laatste weken van vorig semester dat we nog die vijf pagina's moesten schrijven van de literatuur. Dat we een opdracht dan, ja, de collective vond ik soms, dat was ook niet echt mijn ding. Het was groepswork, dus ik was me even beklag aan het doen van het is een beetje te veel van het goede, die groepsworken. En dan zou ik zeggen, allee, dat is echt de eerste keer in heel die drie jaar dat jij er tegenop zit om naar school te gaan. Ik zei, ja, het is waar. Dat hebben we dan ook nog een keer meegemaakt in deze opleiding.

En dan, u hebt al een keer eerder vermeld, maar wat is dan uw ideale carrière pad?

Ik vind dat dus nog altijd moeilijk, want ik zeg het, je kunt zoveel doen. Ik had echt gehoopt, want dat had mevrouw Desmet ook gezegd tijdens dat infodag, ik weet het echt nog heel goed, dat ze zei, kijk, tijdens de opleiding ga je echt denken van, dit doe ik niet graag, dat doe ik wel graag. En zo ga je op het einde van de rit eigenlijk weten waar je naartoe wilt. Het probleem is dat ik zoveel graag doe, dat ik me nog altijd niet weet wat ik precies wil doen. Het ding is wel, bij mijn eerste stage heb ik zo'n allround stage gedaan, dat ik van alles kon doen. Dat was tof. Nu voor mijn tweede stage die nu komt, is het specifiek gericht op influencer marketing. En ik denk wel dat ik sowieso later iets specifiek wil doen en niet allround ofzo. Ik denk ook dat ik liever in een bureau terecht kom, alleen marketingbureau of PR-bureau, dan dat ik in een bedrijf terecht kom waar ik de communicatie wil verstaan. Dat denk ik wel. Maar dat zal ook weer al te zien zijn waarvoor ik kan solliciteren enzo. Want, die bureaus waar ik graag zo aan terecht kom, die vind je al makkelijker in Gent of in Antwerpen dan dat je ze hier in Kortrijk vindt. Maar ik hoop eigenlijk heel hard dat nu stage super goed meevalt en dat ik die influencer marketing, dat dat echt mijn ding is, dat ik dan daarin verder kan. Ja, een specifieke iets waar je zeker op richt, niet allround.

Heeft u daar een reden voor?

Ik ben sowieso iemand die mij liever richt op één iets. Ik heb dan het gevoel, als ik allround doe, dat dat weer zo... Ik moet eens dat doen, ik moet eens dat doen. Ik weet niet, ik heb het gevoel dat ik meer op mijn gemak ga zijn in iets dat ik mij specificeer in iets en dat ik denk oké, hier ben ik nu goed in. Dat kan ik. Dus dan hou ik mij gewoon heel standaard mee bezig. Maar dat kan ook helemaal in mijn hoofd zitten hoor, want tijdens de stage vorig jaar vond ik het wel tof. Dus, alleen, zelfs dan kom ik toch nog terecht in een job waar ik allround doe. Maar dat is nu een beetje hoe ik erover nadenk. Ja, dat zien we na de stage ook.

En welke aandachtspunten of suggesties geeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?

Dat vind ik echt een moeilijke vraag, wacht even aan het denken. (denkt) Ik moet er even over nadenken. Ik denk dat ze wel veel doen, met hun TikTok-account en haar Instagram-account. Maar... Ik denk dat ze meer... Ze hebben toffe video's op TikTok en Instagram, maar ik denk nog altijd dat er zoveel mensen zijn die geen flauw idee hebben wat communicatie is, omdat je het dus ook niet in twee zinnen kan uitleggen. Maar... Ja... Zo moet ik nog meer aan de middelbare studenten het kunnen uitleggen, maar ja, zo moet ik nog meer aan de middelbare studenten kunnen uitleggen van, dat is het ofzo. Maar ik denk nu ook, ik zeg het een paar keer op die info dag sta, en dan komen die ouders ook en dan zitten ze en ja, ik heb eigenlijk echt geen idee wat communicatie is. En er was ook zo'n jongen die was geïnteresseerd omdat hij zo ja, hij had wel interessante visuals ofzo hé, bij communicatie, dat hij direct aantrekt. En ik kom ook zeggen, ja maar, allee, communicatie, is hij dan zo een vertegenwoordiger die heel snel spreekt voor een groep? En dan denk ik, ja dat kan, maar dat is maar zo'n klein deeltje van wat dat allemaal is hé. Dus iedereen hoort communicatie en die denken direct oh maar dat is met babbel hé. Dat is met babbel van de groep hé, maar dat doe ik niet. Ik denk dat hun afschrikt ofzo. Het moet ook duidelijk zijn dat communicatie ook echt achter de schermen is, heel vaak zelf. Als ze dat kunnen doen, maar ik zou zelf wel moeten nadenken hoe.

Heeft u een tip voor toekomstige studenten?

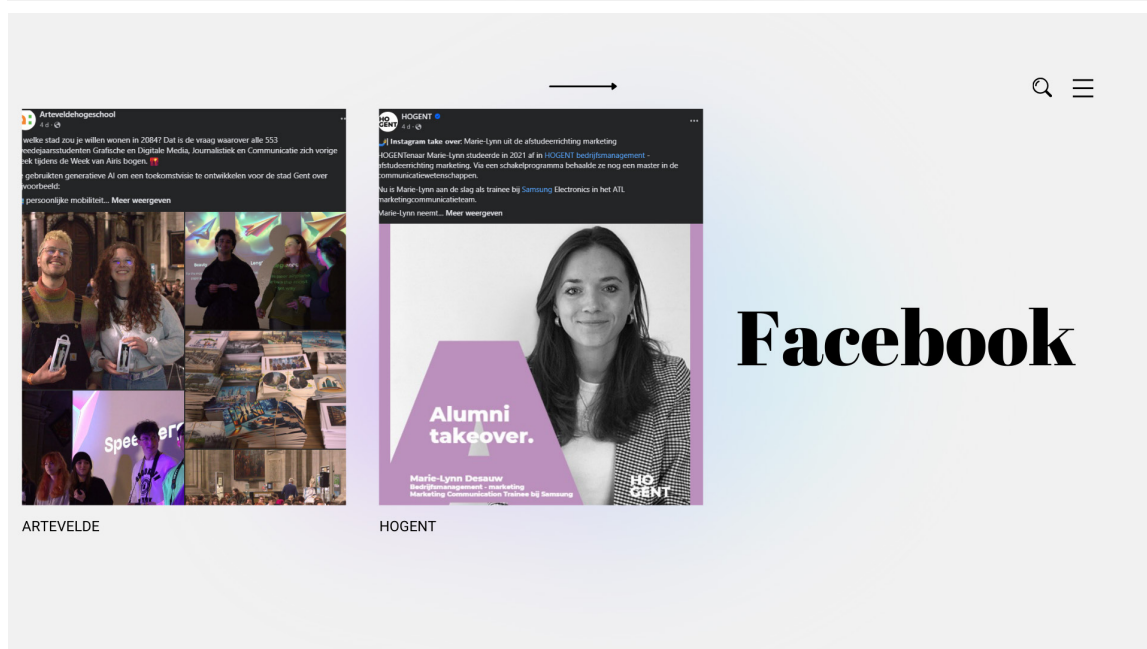
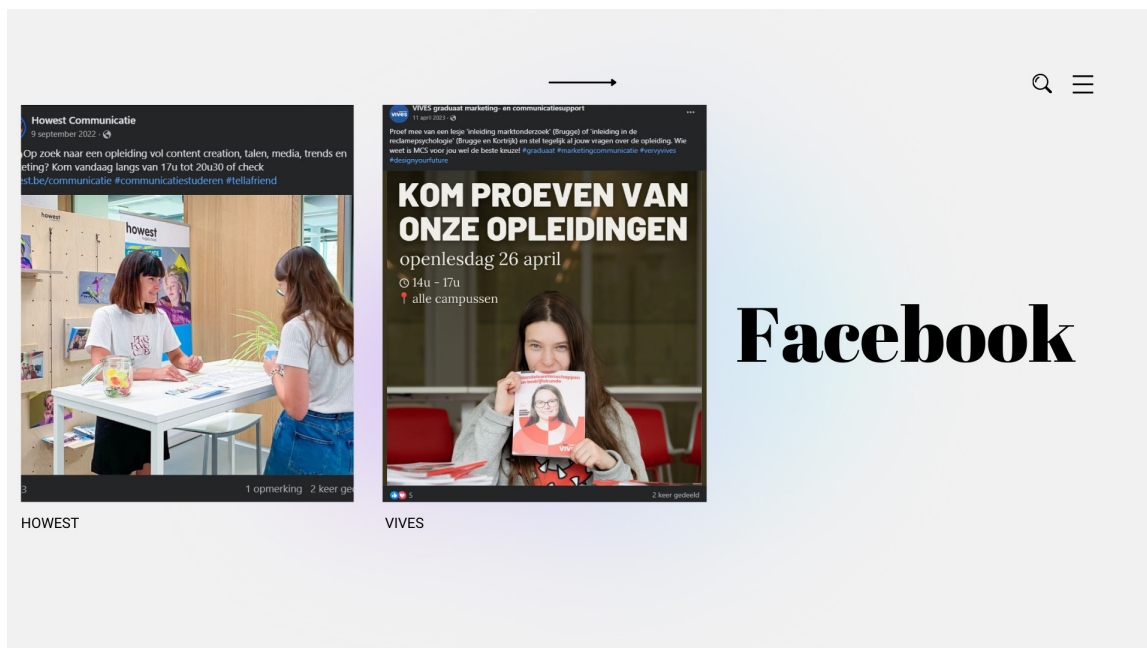
Bezoek veel op de SID-in beurs. Maar communicatie staat daar hé. Maar ik heb ze nooit gezien. Ik ging voor leerkrachten hé, ik heb één kraampje gedaan. Leerkracht.., ja, ik heb het gezien, het is genoeg. Ik heb er achteraf spijt van gehad. Ik dacht, eigenlijk wil ik beter een keer naar andere dingen gaan. De communicatie, ik had er zelf nog nooit van gehoord. Dan moest ik dat daar tegenkomen zijn in mijn zesde middelbaar. Wie weet, wie weet ga ik direct daar naartoe geweest zijn. Dus op die SID-in beurs zelf dingen waarvan je denkt meh toch eens gaan. Je daar toch een hele middag meestal met school dus maar ik heb echt rond ja ik had al bezocht en ik was klaar van die de dag ik was klaar. Zoveel mogelijk bezoeken en van alles een beetje horen wat dat is.

En voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?

Voor mensen die graag creatief zijn, voor mensen die... Ik vind dat een moeilijke omdat... Kijk naar onze klas, daar heb je zoveel verschillende profielen. Je hebt introverte mensen, extroverte mensen. Dat is ook zoiets. Het is echt niet alleen voor extroverte mensen, communicatie. Je kan perfect introvert zijn en toch slagen in de opleiding ofzo. Maar voor de meeste ja, creatief zijn. Het hoeft niet te zijn, maar het moet zo open-minded zijn of zo. Je moet er wel willen werk in steken ook. Want sommige taken zijn wel echt een grote opdracht, omdat je denkt... Ja, ik moet er even over nadenken. En misschien ook wel een teamplayer of zo, want je moet toch wel in een groep kunnen werken. Ongeacht waar je na de studies terecht komt, meestal zit je dan ook in een team. Dus ik vind het wel dat je een team player moet zijn

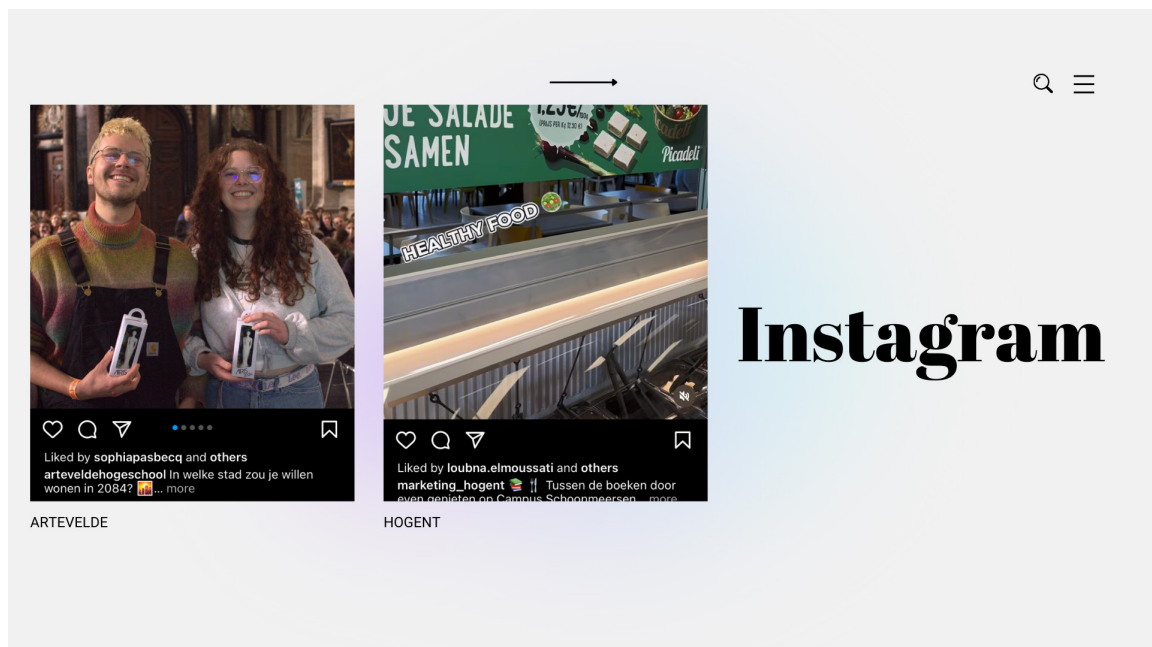
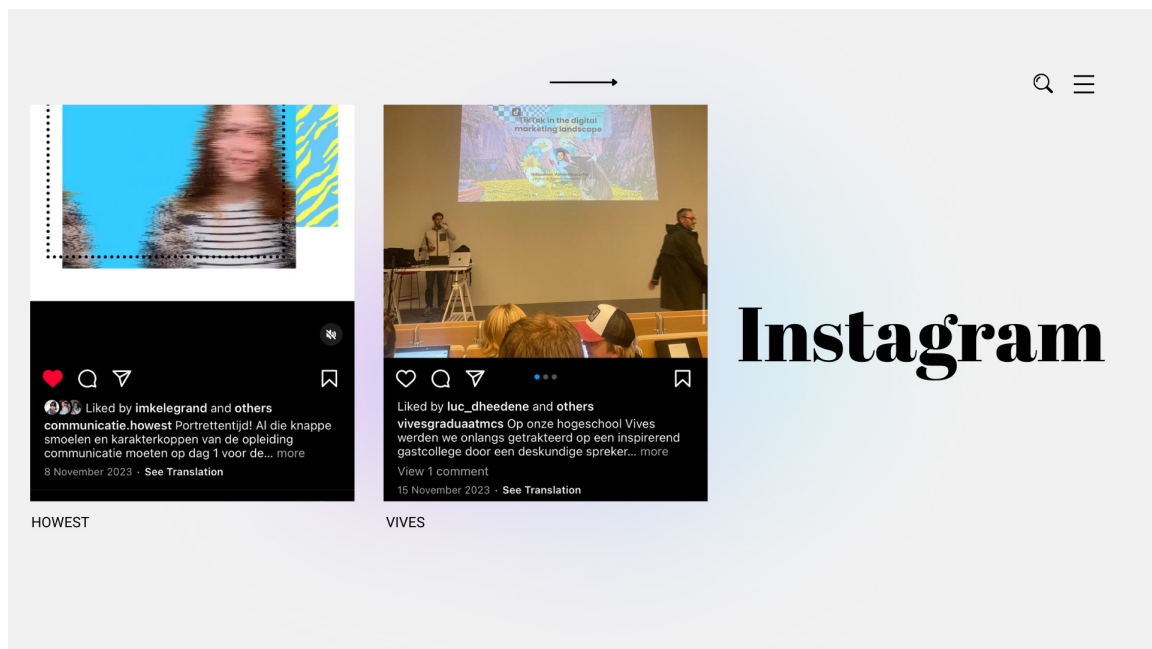
Nu mijn laatste vraag. Ik heb nu nog een paar postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Achtervelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van deze al van de kopie en de Visual?

Facebook:



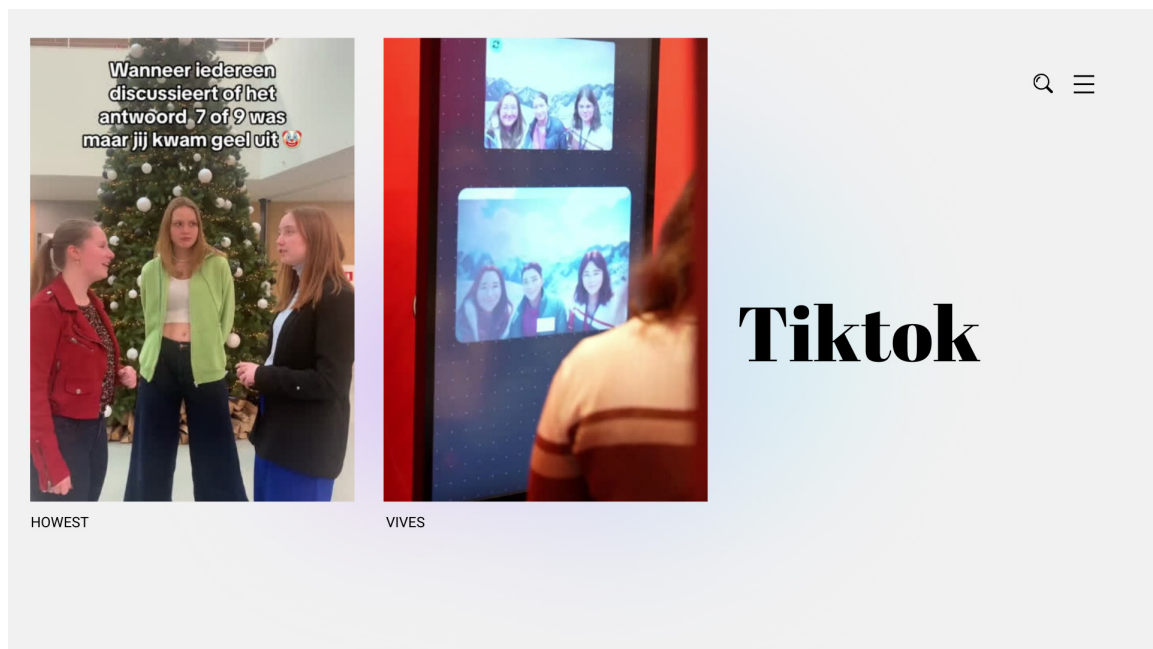
Ik moet wel zeggen dat ik die van Vives springt meer in het oog met die *grote titel*, 'kom proeven aan onze opleiding', dan als een buitenboekje. Hier, oké, je ziet Howest daar in het klein, maar als maar als je aan het scrollen bent, ga je dat veel gemakkelijker zien dan dat. Daar scroll je gewoon over. Ja. Dan heb ik nu Artevelde en HoGent ook. Ja. Hier heb ik het gevoel dat dat meer... Als je wel aan het scrollen bent, hè. Als je niet echt gefocust bent of zo. Dan denk ik al dat dat eerst vijf foto's zijn of zo. Allee, snap je? Maar dan, ja, als je beter kijkt, zie je ook wel dat dat niet zo is. Maar goed. Ehm... En hier, dat is ook zo iets. Alumni. Sorry, maar... Ik heb zelfs in het middelbaar... Ik weet niet wat alumni betekent. Zo veel gewoon gebruiken dat alumni aan het woord. En dan denk ik, ik weet niet eens wat alumni is. Allee, nu weet ik het wel door de opleiding, maar daarvoor wist ik niet wat dat betekende. Dus ik snap dat ze het willen gebruiken, maar om middelbare kinderen aan te spreken. Ik weet niet, want er zijn veel die weten wat dat betekent.

Instagram:

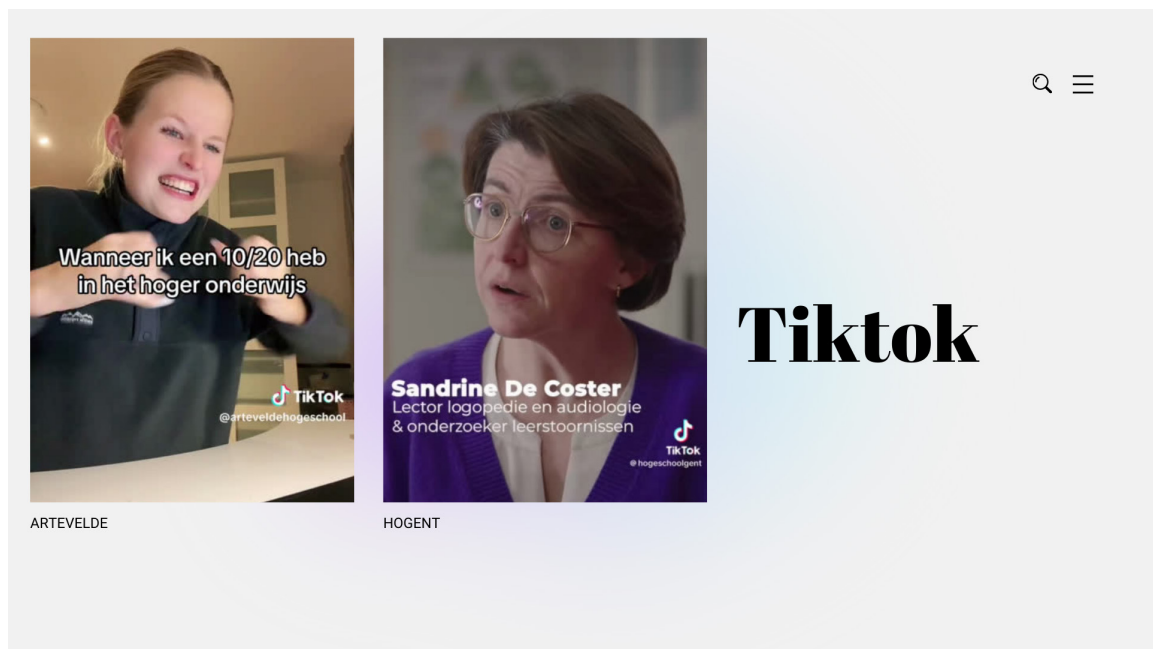


Nu vind ik Howest wel beter. Hij springt wel in het oog of zo, die visual. Ik vind die al saai van Vives. We hebben getraakteerd op inspirerend gastcollege door een deskundige. Dan denk je... Ik toch. Dat klinkt al zo formeel. Ik vind wel, als je echt probeert... je een beetje **informeler** moet zijn. En dat doet communicatie wel beter, vind ik. Dat ze zo informeler zijn. En ook de studenten een keer tonen dat ze zich ook echt gezicht zien. Dat vind ik wel een interessante vraag van Artevelde. Zo van wow, 2084, wat de hell. Dat van HoGent is van healthy food op de campus, tijdens examens. Dat is wel leuk. Ja. heel veel healthy food op de campus, tijdens examens. Dat is wel leuk. Waarschijnlijk tekstje verder eens lezen om te weten waarom ze bij Artevelde die poppen vast hebben. Tof wel, maar het is nog niet de foto dat ik denk wauw.

Tiktok:



TikTok



TikTok

Super goeie TikTok, dat.

Dus wat vind je van de Howest TikTok?

Super goed. Goeie acteurs. Fantastische mimiek. Nee, maar dat was niet mijn TikTok. Dat was die van Femke denk ik. Of Emeline. Weet ik niet. Maar die is wel leuk. Die TikTok's zijn echt gemaakt door studenten. Dat is ook wel tof.

Van Vives zei, weet ik het niet hoe dat is door studenten of niet. Ja, dat is echt niet grof bedoeld, maar ik had nu al lang verder gescrold. Omdat zo, ja... Er is niets in de video dat mij aanspreekt. Maar misschien mensen die niet geïnteresseerd zijn in games, gaan wel blijven kijken. Ja, maar ik zie... Ik ben daar totaal niet interesserd in, dus ik zie al die animatie-ventjes en dan denk ik... Ja, ik voel dat ze geïntegreerd hebben bij de SID-in-beurs. Ze hebben daar dan TikTok over gemaakt. Ja, ik zou verder scrollen. Maar ja, dat ligt wel aan ik. Ik ben er zeker van dat er andere mensen wel geïnteresseerd zijn. En dan nog de laatste TikToks.. Ja, die van Artevelde is ook wel tof. En dat is waarschijnlijk ook wel echt door studenten zelf gemaakt. Ik zou ook al lang hebben verder gescrold bij HoGent. Echt waar. Op TikTok moet je niet beginnen met de leerkrachten een uitleg te geven over de opleiding, want dat is toch niet geloofwaardig. Tuurlijk gaan die leerkrachten iets positiefs zeggen.

En dat is ook weer al te formeel, snap je? Ik vind echt dat ze informeler moeten zijn. Ik zal langs de weg, als ik dat tegenhoud op TikTok, dan denk ik, laat me met rust.

Methodologisch Verslag S.D.P

Eerste indrukken

De respondente kwam in het begin zeer nerveus over, maar na een tijdje begon ze haar steeds meer comfortabel te voelen.

Grote lijnen

De studente is 21 jaar oud en zit momenteel in haar derde jaar van de opleiding Communicatie aan Howest Kortrijk. Voordat ze communicatie studeerde, volgde ze een jaar muziekologie aan de KU Leuven. Ze koos voor de opleiding Communicatie na het bijwonen van opendeurdagen en het proeven van verschillende vakken. Haar interesse werd vooral gewekt door de mogelijkheid om visuele content te creëren, zoals met Photoshop en InDesign.

Ze waardeert vooral de praktische benadering van de opleiding, maar zou graag meer theoretische basis zien. Haar ideale carrièrepad omvat psychologie, omdat ze geïnteresseerd is in het begrijpen van menselijk gedrag en motivaties. Ze waardeert de mogelijkheid om docenten gemakkelijk te benaderen en suggereert verbeteringen in de communicatie van deadlines en informatie naar studenten. Over het algemeen waardeert ze de praktische focus van de opleiding en raadt ze het aan voor studenten die graag verschillende aspecten van communicatie willen verkennen.

Details die zijn opgevallen

1. Haar initiële keuze voor de opleiding Communicatie kwam voort uit het feit dat ze tijdens een opendeurdag het eerste lokaal binnenliep waar de communicatieles plaatsvond en het er "wel nog tof" uitzag, wat haar inspireerde om zich in te schrijven.
2. Hoewel ze aanvankelijk aangetrokken werd door het aspect van contentcreatie, ontdekte ze tijdens haar opleiding dat haar ware passie ligt in het begrijpen van menselijk gedrag en motivaties, wat haar leidde naar het overwegen van een vervolgstudie in de psychologie.
3. Ze waardeert de praktische benadering van de opleiding, maar mist soms een stevigere theoretische basis en suggereert verbeteringen in de communicatie van deadlines en informatie naar studenten, zoals het gebruik van één platform voor alle communicatie over deadlines.

Praktische informatie

De geïnterviewde is S.D.P Het interview vond plaats in een rustige setting in een lokaal van de Penta op 29 februari 2024. Het duurde 24 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

Ik ben nu 21 jaar.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Ja, ik wou sowieso na het middelbaar studeren, maar ik had geen idee wat ik ging doen. Dus ik ben naar de opendeurdagen geweest en dan heb ik daar gekozen.

En is communicatie uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?

Nee, ik heb eerst nog musicologie gestudeerd aan de KU Leuven. Dat heb ik een jaartje gedaan en dan bleek dat dat niet mijn ding was. En dan ben ik eigenlijk naar Howest Kortrijk gekomen.

Waar was dat dan?

Dat was in Leuven. Daar heb ik een jaar op kot gezeten.

In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

Momenteel zit ik in mijn derde jaar.

Hoe bent u dan in contact gekomen met Howest?

Zoals ik al gezegd had, vooral **opendeurdagen** gedaan van school. Zo toch eens een bezoekje brengen, dan weet je toch wat meer wat er te wachten staat. Je kunt eens **in de boeken kijken, de sfeer op school** een keer bekijken, want dat is voor mij ook wel belangrijk.

Dus uw informatiebron was dan vooral de opendeurdagen en niet online?

Ja, eerst online kijken waar er opendeurdagen waren en dan daaruit kiezen.

Hoe bent u dan in contact gekomen met de opleiding Communicatie?

Ik had eigenlijk toen ik hier binnenstapte voor de opendeur dag geen idee wat ik ging studeren. En dan het eerste lokaal dat ik binnen gewandeld was, was communicatie. En dat zag er wel nog tof uit, dus dan heb ik mij ingeschreven.

En welke factoren spelen dan volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Persoonlijk vind ik het belangrijkste om **eens in de boeken te kunnen kijken** en te weten van oké, daaraan mag ik mij verwachten, want die boeken zeggen echt wel hoe de opleiding gaat zijn. Het was ook wel leuk dat er **docenten** waren op de opendeur dag. Ik weet niet meer wie het was, maar alleszins de docent dat er toen was heeft mij wel overtuigd om naar hier te komen. Na het middelbaar heb je niet echt een idee wat dat de nieuwe vakken gaan zijn want je hebt altijd algemene vakken gekregen dat was toch zo in mijn opleiding als je hier dan in die boeken kunt kijken kan je zien dat je vakken gekregen. Dat was toch zo in mijn opleiding. Als je hier dan in die boeken kunt kijken, kan je zien dat je vakken hebt die veel specifieker zijn. En dan wil ik wel graag op voorhand weten wat we juist gaan zien in die drie jaar dat we gaan doen.

Waarom heeft u dan uiteindelijk gekozen voor de opleiding? Was het door de docenten en door de boeken of heeft u nog een andere reden hiervoor?

Ik heb natuurlijk nog eens rondgekeken wat er nog allemaal was. Maar eigenlijk had ik mijn beslissing al vrij snel gemaakt op de opendeur dag.

En wat sprak u dan het meest aan?

Ik wou eigenlijk altijd een opleiding doen met iets van **visuele manieren om content te maken** enzo. En ik had nooit een idee wat juist. En dan zag ik in het lessenrooster staan dat er Photoshop binnen zat, InDesign, content maken. En dat vond ik wel interessant.

Dus vooral dat content creëren is iets wat je aangetrokken hebt?

Dat is eigenlijk iets dat mij aangetrokken heeft, maar eigenlijk tijdens de opleiding waren het de andere dingen dat ik veel leuker vond.

Heeft u een reden waarom dat is geëvolueerd?

Ik dacht eigenlijk dat ik iemand was die heel creatief aan de slag wou gaan, maar blijkbaar ben ik toch niet zo creatief als dat ik gehoopt had. En dan hebben we het vak sales gekregen. Plots voel ik wel van amai. Daar gaat veel vlotter dan al de rest en misschien moet ik daar dan niets in zo.

Dus het vak van de sales sprak u wel dan ook aan als u de opleiding gedaan hebt?

Ja, dat we zelf mochten kiezen waarin we zouden specialiseren was wel echt een grote plus ook.

Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?

Wel, ik vind het wel een goede opleiding. Je krijgt echt wel heel **praktisch** alles mee. Bijvoorbeeld die sales, dat was echt een heel praktisch examen waarbij we dan in gesprek gingen met iemand van sales en we moesten die persoon iets verkopen. Ja, meer praktisch kun je het bijna niet hebben. Er zit ook soms een beetje theorie achter, maar echt wel de focus op het praktische in communicatie

En vindt u dat dan een voordeel of een nadeel, dat praktische?

Ik vind het zeker een voordeel, want ik heb ook zelf een jaar unief gedaan. En daar was het enkel theorie. En na een jaar kun je eigenlijk niks. Hier worden echt wel klaargemaakt om te gaan werken. En klaar te zijn voor direct in het werkveld te springen.

Wat is uw grootste drijfveer dat u hebt ondervonden tijdens de opleiding?

Ik denk vooral dat de lessen heel verschillend zijn. Ik vind het leuk dat we heel veel verschillende vakken gezien hebben. Waardoor je echt wel kunt proeven van verschillende dingen binnen de communicatie zoals marketing of meer brand experience en andere dingen. Dus je leert echt wel veel verschillende aspecten heel kort kennen naar elkaar waardoor ik het wel interessant vind

Is die variatie voor je een belangrijk gegeven ook?

Ja, toch wel. Ik vind het heel leuk om **een keer te proeven van alles**, want anders heb je nooit een idee van wat wil ik later nu echt gaan doen.

Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?

Eerlijk gezegd, ik ben daar gewoon in gesprongen. Ik had niet echt een set aan verwachtingen. Ja, ik heb gewoon gekozen omdat ik iets zag dat ik wel leuk vond. Zonder echt verwachtingen.

Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?

Ja, natuurlijk dat je veel leert van die praktische dingen, zoals ik ook al gezegd had. Ik vind dat eigenlijk het belangrijkste aan deze opleiding. Ja, dat je van alles eens kan proeven en praktisch klaargestoomd wordt.

Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen of omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?

Dat is een moeilijke, want soms wordt mij gevraagd wat doe je nu juist, communicatie? Is dat dan communiceren met andere mensen? Maar het is ook gewoon moeilijk om te omschrijven. Ik zeg altijd, dat is content maken op een leuke manier waardoor je mensen kan aanspreken. Maar dat is eigenlijk niet wat de opleiding omvat. Ik weet eigenlijk niet hoe ik het moet samenvatten.

Hoe zou u het omschrijven in drie woorden?

Creatief, praktisch en doelgericht.

Wat zijn volgens u de sterke punten van de opleiding communicatie?

Dat je **direct een docent kunt aanspreken**. Er is hier niet zo'n, hoe moet je het zeggen, barrière om iemand te contacteren. Je kunt gewoon naar de docent stappen en zeggen van kijk ik heb een probleem met dit of dit, kunnen we dit nog eens uitleggen. Dus dat is wel een grote plus

Vind u dat dan belangrijk dat dat kan in een opleiding?

Dat is zeker een grote plus. Ik denk wel dat het belangrijk is dat je dat kan doen.

Wat waardeert u dan nog het meest aan de opleiding communicatie?

Amai, moeilijke vragen. Ik moet zeggen, die bachelorproefweken apprecieer ik nu echt wel, maar dat is nu recent omdat we dat nu doen.

Heeft u hier een specifieke reden hiervoor?

Wel, het is heel leuk als je een onderzoek wilt doen en als je een literatuurstudie wilt doen, dat je daar echt wel in begeleid wordt en dat je de tijd ervoor krijgt. Dat vind ik positief, maar... Ik weet het eigenlijk echt niet.

Wat zijn volgens u de zwakke punten van de opleiding?

Ik denk dat we soms een beetje te weinig theorie zien. Soms krijgen we de basis praktisch mee, maar soms denk ik wel van, theoretische basis zou toch handig zijn om daaruit te starten en dan de praktische kant te zien.

Hoe combineert u uw studie met uw studentenjob, hobby's of andere activiteiten?

Ik heb een paar maanden geleden even gewerkt in het weekend, maar als dat in het weekend is, dan is dat eigenlijk geen probleem. Je hebt wel veel taken in Howest, maar als je daar op tijd aan begint, vind ik wel dat het haalbaar is om tussendoor nog leuke dingen te doen ook.

Dus als de planning makkelijk te variëren is naar je werk, vind u het wel makkelijk te combineren eigenlijk?

Ja, eigenlijk als je op tijd de deadlines weet van de taken en je begint er op tijd aan, dan kan je wel plannen en kan je persoonlijk leven ook gewoon doorgaan en moet je niet alles aan de kant zetten daarvoor.

Welke uitdaging bent u tegengekomen of verwacht u nog?

De uitdaging is sowieso, we gaan binnenkort op stage en nu is het een beetje tasten in het duister van wat verwachten zij van mij, wat kan ik aanbieden aan hun. Het is zo een beetje stressy.

En had u dit ook met uw vorige stageperiode?

Minder eigenlijk, want in het tweede jaar denk je zo van ja ik ben nog maar een student, ze gaan mij wel verder helpen. Maar nu wordt er toch wel verwacht van u dat je iets kan, want je hebt ondertussen ook al drie jaar gestudeerd. Als het dan niet zo vlot gaat, dan ga ik mij toch vragen stellen.

Dus uw kijk is dan veranderd het tweede jaar Hoe komt dit?

Dat is eigenlijk vooral, ja, binnen een paar maanden studeren wij af. We hebben niet echt lessen meer. Dus ik hoop toch wel dat we de basis meegekregen hebben om klaar te zijn voor het werkveld.

Wat is uw ideale carrière pad na het afwonden van deze opleiding?

Ik denk dat ik een speciale ben. Ik vind het interessant wat we hier allemaal gezien hebben, maar eigenlijk ligt mijn nog grotere passie, en dat heb ik gemerkt door enkele vakken hier te doen, mijn passie ligt eigenlijk bij kijken naar waarom mensen iets leuk vinden of waarom iemand bepaald gedrag vertoont. Ik ben zot genoeg om nog zes jaar te gaan studeren en misschien langer om nog een doctoraat te halen aan de UGent. Ik ga daar psychologie doen.

Dus die waarom is een heel belangrijk gegeven voor u?

Ja, ik wil graag weten waarom iemand bijvoorbeeld iets wil kopen of waarom iemand een bepaalde reclamespot interessant vindt. En die inzichten lijken mij wel interessant om daar verder meer informatie over te hebben en dan psychologie te gaan doen.

Welke aandachtspunten of suggesties geeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?

Misschien sneller communiceren naar de leerlingen als er deadlines zijn ofzo, want soms is het een beetje onverwacht. Dan heb je in het weekend iets ingepland omdat de planning leeg was en dan plots komt er iets bij wat dat natuurlijk dan niet zo leuk is. Maar ik begrijp dat natuurlijk wel maar. Ja, duidelijke communicatie en misschien een duidelijk platform ofzo, een planner ofzo, waar dat alles van info op staat, want nu staat het nogal verspreid op leho, waar ik zelf wel een beetje problemen mee had om alles terug te vinden. Er zijn zo verschillende vakken dat werken met aankondigingen, verspreid op Leho waar ik zelf wel een beetje problemen mee had om alles terug te vinden. *Er zijn verschillende vakken die werken met aankondigingen, dan zijn er vakken die werken op Leho met deadlines. Het is een beetje verwarrend soms. Dus vooral dan één platform waar alle communicatie over de deadlines terecht komt. Dat ontbrak ik eigenlijk in deze opleiding.*

Heeft u een tip voor toekomstige studenten?

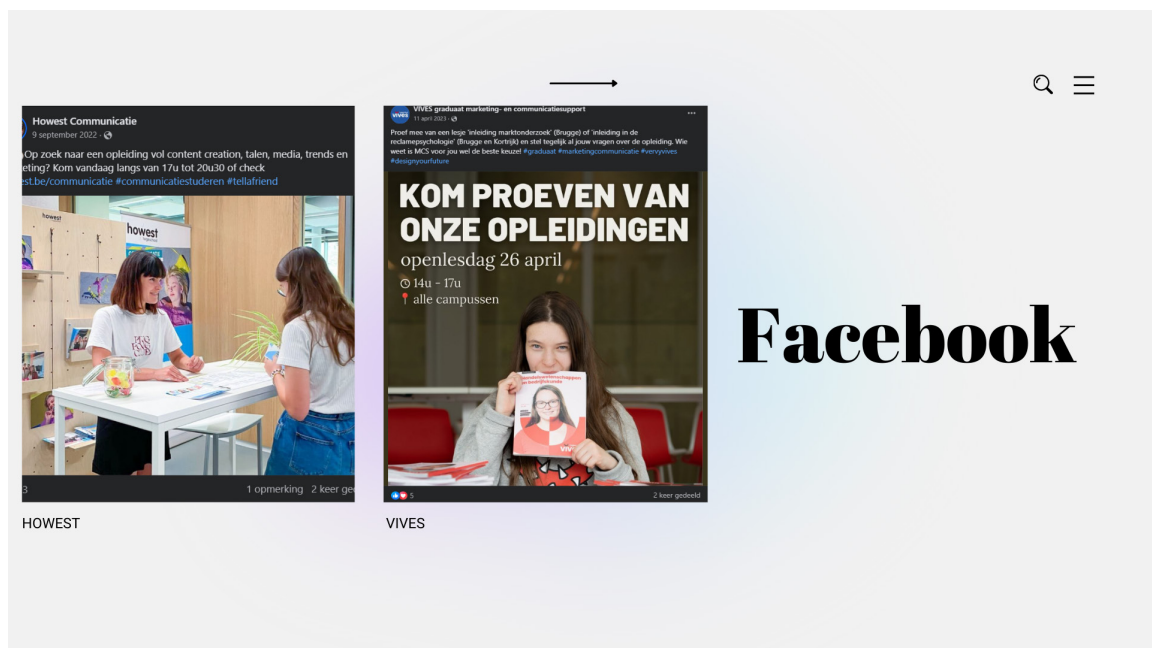
Als je echt direct in het werkveld wilt springen en je wilt heel veel weten over communicatie, maar niet enkel communicatie via sociale media, maar verschillende vormen zoals podcasts of websites bouwen, dan is deze opleiding denk ik wel geschikt voor jou.

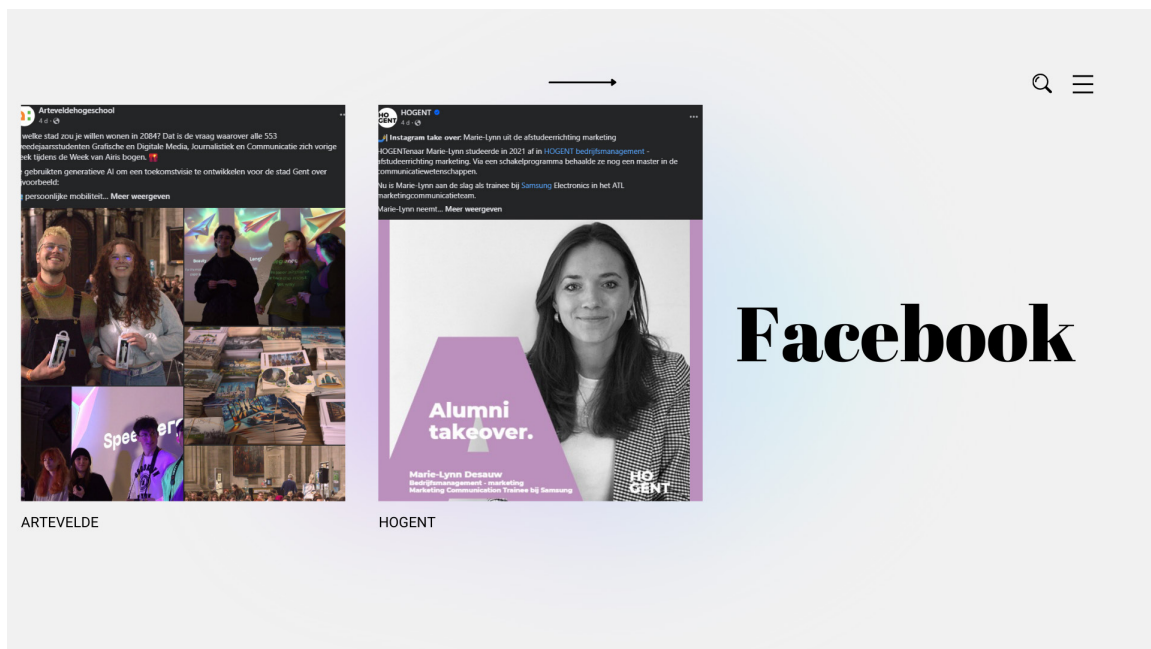
Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?

Toch wel studenten die graag de focus hebben op het praktische. En graag meer te weten komen over alles dat met communicatie te maken heeft.

Nu mijn laatste vraag. Ik heb nu nog een paar postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Achtervelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van deze al van de kopie en de Visual?

Facebook:





Facebook

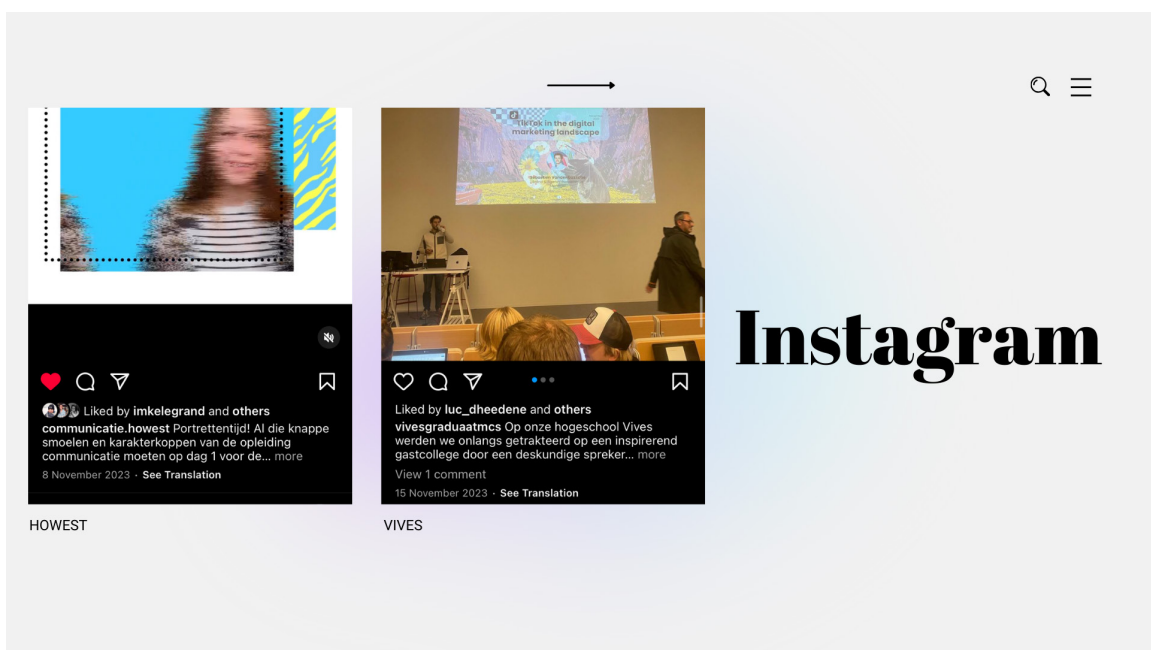
Ja, de Howest gaat het niet graag horen, maar ik vind eigenlijk de Vives duidelijker qua communicatie.

Hoe bedoelt u duidelijker que communicatie?

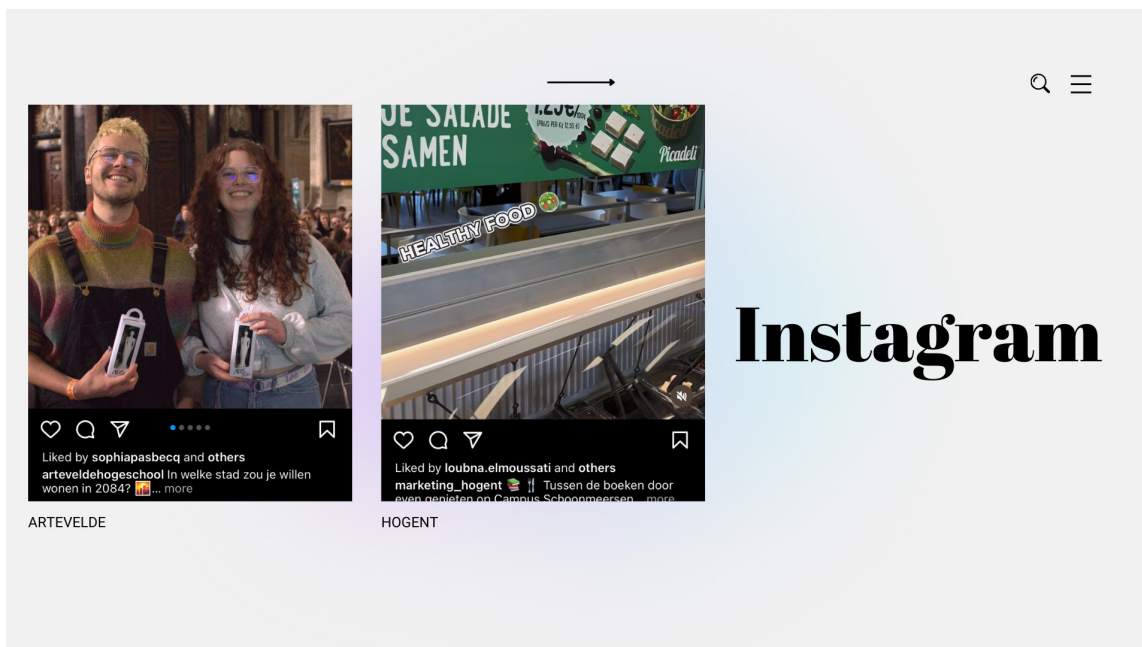
Ik zou zelf, als ik een opleiding kies, altijd wel eens een lesje willen meevolgen. En ik zie hier bij die van de Vives, dat ze wel meer mij aanspreken om fysiek naar daar te gaan en een keer te proeven van wat het juist is. En bij Howest is het meer zo algemener. Ze zeggen niet specifiek wat je daar kan zien. Ik vind de foto wel leuk van Howest. Ik vind de foto wel leuk van Howest. Maar misschien is het ook wel interessant om een foto te gebruiken waarbij je toont waarover je les hebt. Want nu is het nog een beetje vaag wat de communicatie juist is.

Bij Artevelde Hogeschool vind ik het wel een leuke copy. Het is zo direct zo'n trigger. Eerst zeggen ze iets vaag van welke stad zou je willen wonen in 2084 en dan denk je waarom is dat relevant en dan begin je direct meer te lezen. Het trekt mij er echt wel in. En ook wel leuke foto's waarbij je studenten ziet. De tweede vind ik iets... Ik weet niet of dat saaier het woord is, maar zo... Weinig kleurgebruik en je ziet eigenlijk weinig van wat er gebeurt. Ja. Maar wel een interessante tekst. Ja, van de alumni. Ja, want ze vertellen wel wat je bent met de opleiding die je gedaan hebt. Maar ik vind de linkse persoonlijk leuker.

Instagram:



Instagram



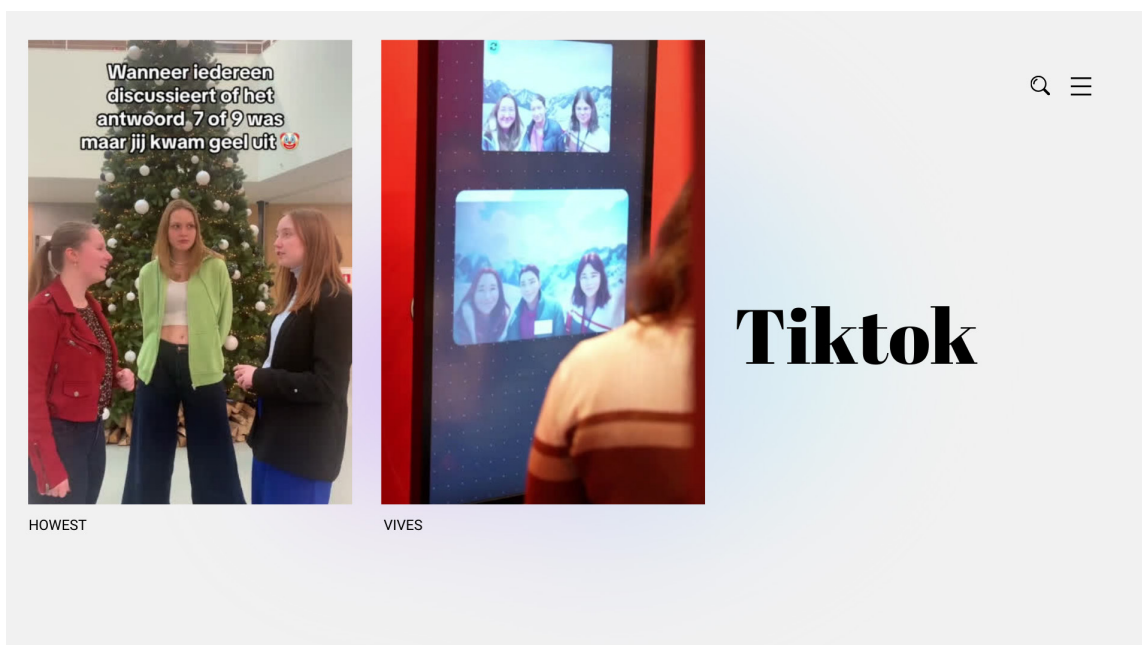
Oké, bij Howest vind ik het wel leuk dat ze de studenten is laten zien op de Instagram pagina. Maar ik vind het bijvoorbeeld ook wel leuk bij Vives dat ze tonen van, ah kijk we nodigen wel mensen uit het werkveld om eens een lesje te komen geven. Dat is ook wel leuk om te zien denk ik als toekomstige student.

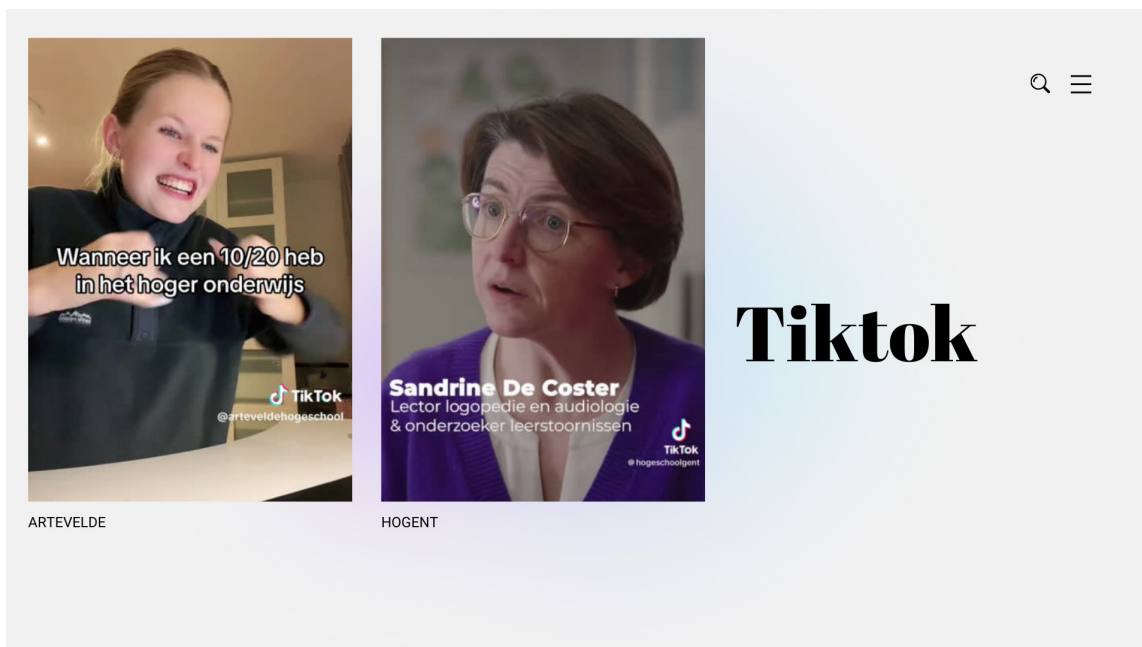
Wat vindt u dan aantrekkelijker?

Persoonlijk zou ik kiezen voor de **gastcolleges**, omdat je dan meer te weten komt over de inhoud van de lessen. Wat je te zien krijgt, wat er in de opleiding zit. Met te kijken naar foto's van studenten kom je eigenlijk heel weinig te weten.

Ja, bij Artevelde, ik vond eigenlijk de Facebookpost daarvan interessanter, omdat je dan een overzicht kreeg van alle foto's. Bij Instagram moet je scrollen en ik denk dat minder mensen dat gaan doen. Ik zou dat zelf persoonlijk niet doen. Ik zou nooit de tijd nemen om te scrollen op zo van die foto's. Wat ik wel leuk vind is bij HoGent, dat ze ook zo **een beetje de omgeving tonen**. Want hier staat er tussen de boeken door even genieten op de campus. En dan tonen ze van, ah, er is gezond voedsel. dat wil ik eigenlijk ook wel weten ik vind dat ook wel belangrijk is er iets in de buurt om lekker te eten.

Tiktok:





Ik vond die geniaal. Zo herkenbaar. En dan heb ik nu die van Howest grappiger vind. Die spreekt mij meer aan omdat het grappig is. Ja, ik weet niet. Het is herkenbaar. Ja, dat herkenbare aspect is wel iets belangrijks. Ja, dat is zo het typische studentenleven waarin ik mij herken. Bij de VIVES is het een beetje vaag, want je weet niet wat ze aan het doen zijn. Wat er aan de hand is, er is geen context gegeven. Ja, hier bij de VIVES was dat een AI-stand dat ze hebben gebruikt bij de sid-in-beurs. Ah, oké. Ja, dat was mij niet duidelijk eigenlijk

Ik vond die met de studenten van Howest toch leuker vergeleken met Artevelde, omdat je interactie ziet tussen de studenten. Deze is zo een beetje saaier. En dan HoGent. Dat vind ik interessant omdat de docenten aan het woord zijn, maar moest dat heel de tijd op TikTok zo van die docenten aan het woord zijn, dan zou het mij wel vervelen, want ik wil ook wel eens de studenten aan het woord horen.

Dus eenmalig een docent aan het woord is zeker en vast oké voor jou op TikTok?

Ja, dat is zeker interessant, want ze vertelt ook waarmee dat ze bezig zijn maar ja de docenten gaan nooit iets die moeten wel neutraal blijven van de opleiding terwijl de studenten wel zo'n keer een grapje kunnen zeggen of zo op tik tok over wat ze meegemaakt hebben.

1^e JAARS STUDENTEN

Methodologisch Verslag K.H

Eerste indrukken

De studente leek in het begin wat gestresseerd. Na loop van tijd begon ze meer te relaxeren. We zijn in contact gekomen door Dirk Laverge.

Grote lijnen

De student is een vrouwelijke eerstejaars communicatiestudent aan Howest. Haar interesse in de opleiding werd gewekt door de ervaring van haar moeder en presentaties op school. Ze waardeert de praktische nadruk van de opleiding, waarbij ze al vroeg betrokken is bij projecten zoals het maken van een podcast. Haar motivatie wordt gestimuleerd door positieve feedback van docenten en haar eigen enthousiasme voor de vakken PR en Trends & Society. Ze benadrukt de creatieve en hedendaagse aard van de opleiding, die flexibiliteit biedt voor studentenideeën en inspeelt op actuele ontwikkelingen zoals sociale media en AI. Tijdens haar studie combineert ze haar inzet voor de lessen met deelname aan studenten- en toneelverenigingen, maar merkt ze uitdagingen op in timemanagement door uitstelgedrag.

Ze overweegt verder te studeren na haar bachelor, misschien in een richting als woordvoerder. Haar suggesties voor de opleiding omvatten een betere communicatie over verwachtingen tijdens vakantieperiodes. Ze adviseert toekomstige studenten om actief deel te nemen aan lessen en benadrukt de brede toepasbaarheid van de opleiding voor creatieve en taalgerichte individuen die een gevarieerde loopbaan zoeken. Haar beoordeling van sociale media-inhoud van verschillende instellingen benadrukt haar voorkeur voor vernieuwende en opvallende benaderingen.

Details die zijn opgevallen

1. Haar keuze voor de communicatieopleiding werd beïnvloed door de ervaring van haar moeder, die ook communicatie had gestudeerd aan dezelfde instelling. Dit toont een sterke familiale band en een voorkennis van de opleiding voordat ze eraan begon.
2. De student waardeert de praktische focus van de opleiding, met name de vroege betrokkenheid bij projecten zoals het maken van een podcast in het eerste semester. Dit wijst op haar voorkeur voor hands-on leerervaringen.
3. Ze benadrukt het belang van positieve feedback van docenten bij het behouden van haar motivatie en betrokkenheid bij de opleiding. Dit toont haar gevoeligheid voor erkenning en aanmoediging.
4. Hoewel ze pas in haar eerste jaar zit, overweegt ze al verdere studie na haar bachelor. Dit suggereert een ambitieuze en vooruitdenkende benadering van haar academische traject.
5. Haar analyse van sociale media-posts van verschillende instellingen toont haar vermogen om kritisch te denken en trends in digitale marketing te herkennen, zoals de voorkeur voor vernieuwende en opvallende benaderingen zoals reels en Tiktok.

Praktische informatie

De geïnterviewde is K.H Het interview vond plaats online via Microsoft Teams op 2 april 2024. Het duurde 26 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

18 jaar.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Ik denk dat ik dat in het eerste semester van het zesde middelbaar ongeveer wist. Maar dat is zo van kinds af aan dat ik zei "Ik ga later dat doen".

Hoe bent u dan in contact gekomen met de opleiding communicatie?

Mijn **mama** heeft communicatie gedaan en door op school. Op school was er **een job namiddag** of niet, zo **tweedejaars die in het hoger zaten die uitleg kwam geven** over hun opleiding. En het was Elena die bij ons kwam vertellen over communicatie en dat vond ik interessant. Maar ook de **SID-in** beurs en **open lesdagen**. Dat was het dan voornamelijk, de student die in de les is gekomen. Het was een soort mini beurs op het school en dan kon je gaan naar verschillende studenten en verschillende richtingen.

Oke, dat is interessant. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

In het eerste.

Voor dat Elena eens langskwam, had u al gedacht om bij Howest te studeren?

Nee. Ik had het gedacht om liever naar een andere school te gaan.

Hoe hebt u dan uiteindelijk besloten om bij Howest te studeren?

Door mijn **mama** die ook in Howest communicatie heeft gedaan. Toen was dat nog hip zo lang geleden.

Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Ik vind het toch belangrijk om voordat je beslist die **school al een paar keer bezocht** hebt, dus hoe dat je voelt in die In de gebouw op die school. De **docent** hoe dat die overkomen en ook **soort lesmateriaal** dat je gaat hebben of dat je dat ligt. Als 3 vierden van die vakken je niet aanspreekt, is dat dan wel de goede keuze? En, voor mij was het allemaal positief.

Ja, dus daardoor heeft u uiteindelijk ook besloten om de opleiding communicatie te doen?

Ja.

Wat sprak u dan het meest aan in de opleiding communicatie?

Goh ja ook de docenten, want mijn mama heeft voor focus WTV gewerkt een lange tijd dus een paar van de docenten zijn ook ex collega's van haar, dus ik wist wel dat dat toffe mensen waren.

Ja dus een beetje beïnvloed dan daardoor, maar ook het **gebouw is super mooi en cool en de opdrachten**. Ze zeiden van ja, binnen het eerste een semester, maak je al een podcast en ja dat is tof dat vooral er ook **focus wordt gelegd op de praktische zaken**.

Ja, en vindt u dat belangrijk dat er focus wordt gelegd op de praktische zaken?

Ja, want anders zou ik toch voor een universitaire opleiding zijn gegaan.

Hoe bevalt de opleiding u al tot nu toe?

Goed. Ik ben blij met mijn keuze en ik zit op mijn plekje.

Heeft u ook een grote drijfveer tijdens de opleiding?

Ik merk wel dat ik gemotiveerd ben en ook wel voor de .. nu zijn dat dan vooral taken en opdrachten dat ik daar wel meer voor wil inzetten en tijdens de examens of ik heb nu een goed eerste semester gehad en dat motiveert me wel. Ook **positieve feedback** krijgen de docent die ook zeggen van "je bent goed bezig. We zien dat je het graag doet". Dat is ook tof dat motiveert.

Dus al die positieve aspecten zorgen dat je doorzet?

Ja.

U had gezegd dat uw mama daar al had gestudeerd. Had u dan al bepaalde verwachtingen van de opleiding?

Dat wel praktisch gericht zou zijn en zeer vrij. Dat zei dan ook mama: "Dat is een school, als je komt met een idee en ze zien er potentieel in gaan ze u altijd wel laten doen zolang je zelf bezig bent." En dat merk ik ook dat dat zo is.

Hoe merkt u dit dan precies?

Door dan bijvoorbeeld in het begin van het jaar de podcast dat .. ja we zaten daar een maand in die opleiding en dat was hier een gast, hier een podcast studio doe maar. En ook een keer nu nog niet zo lang geleden is er een bepaalde opdracht en dan had ik een ander... We moeten een interview afnemen met iemand die werkt in de sector van inclusie en diversiteit. En dan was het mijn idee om iemand te interviewen dat directrice is van een school met buitengewoon onderwijs. Wat niet per se volledig de opdracht was. De docenten gaf wel aan van ja ik zou dat goedkeuren, het kan een interessant verhaal opleveren.

Dus ze appreciëren het wel?

Ja, **ze staan open om te luisteren en een verandering toe te passen.**

Dat is dan ook belangrijk voor u dat ze daarvoor openstaan?

Ja eigenlijk wel, want ik ben iemand die wel creatief is en als het allemaal voor uw wordt opgelegd, ja, dan wordt die creativiteit wat beperkt.

Die openheid zorgt dan ook wel meer voor de creatieve kant van de opleiding?

Ik denk dat dat ook belangrijk is in een Communicatieopleiding.

Welke aspecten van de opleiding vindt u ook nog belangrijk of interessant?

Persoonlijk vind ik **PR** wel een leuk opleidingsonderdeel en **Trends & Society** ook. Marketing vind ik wel wat minder tot nu toe zoals de SEA en SEO. Dat zegt mij niet heel veel. Ook is het persoonlijk niet mijn ambitie om sociale media te beheren of over te nemen Instagram posts. Dat spreekt mij niet volledig aan. Zo meer misschien de iets té serieuzere kant dus. Daarom vind ik PR, Trends en Society allemaal wel leuk en interessant vooral.

Dus niet vooral de gewone sociale media of de online marketing kant, maar meer echt de PR kant op?

Ja klopt. Het kan nog eens veranderen, maar tot nu toe dat ja.

Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen of omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?

Ik vind dat altijd een moeilijke als er iemand vraagt "Communicatie, wat is dat precies?" Ja als je geneeskunde doet, wordt je dokter. Maar communicatie is moeilijker dan dat. Dat is zoveel. Dat is zo breed. Ik zou wel ook toelichten dat iets is waar de **creativiteit** tot zijn recht kan komen. Als je talen belangrijk vindt, dan ook. En persoonlijk denk ik, ik spreek dan voor mij, dat je wel een beetje lef moet hebben om te spreken en te durven. Want je gaat veel moeten presenteren. Je gaat veel moeten praten, ja mooi praten met Christel en ja daar moet je voor open staan.

Als u de opleiding in 3 woorden moet omschrijven. Hoe zou u dit dan doen?

Ruim, niet alles is hetzelfde. Er is veel **variatie. Creativiteit en hedendaags.**

Wat bedoelt u precies met hedendaags?

De opleiding is altijd in beweging. AI is nu een hot topic terwijl dat 10 jaar geleden nog niet was. Ja sociale media veranderd ook. Nu zit er in onze PowerPoint BeReal, Tiktok en ik kan geloven dat dat 5 jaar geleden nog niet zo was. En als we dan nog verder gaan in de tijd van mijn mama, dan is dat helemaal ander natuurlijk. Dus ja vandaag de dag is belangrijk in de opleiding. En zo dan ook die vakken zoals Trends en Society, dat moet over nu gaan.

Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding?

Vandaag de dag. Dat ze daarop inspelen. Dat de docenten tijd en ruimte maken voor je eigen idee en gewoon daar rekening mee houden. Ik had dat ook al gezegd. Ook voor **Frans zijn er nu differentiatie groepen** waar dat je **qua niveau** bent opgedeeld. En dat is wel goed dat je daar gesplitst bent. Want ik kan mij voorstellen dat als je moet spreken dat dat wel geruststellender is om dat voor een kleiner groepje te moeten doen dan voor vijftig man.

Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding?

Dat is nog moeilijker, want ik doe het wel graag. Dus geen idee eigenlijk.

Hoe combineert u uw studie met uw studenten(job), hobby's of nog andere activiteiten?

Dat gaat zeer goed vind ik persoonlijk. In het middelbaar had ik daar veel meer moeite mee, want toen had ik heel veel last van faalangst en deed wetenschap moderne taal. Dus dat was voor mij wel een opleiding waar ik veel tijd en moeite moest insteken en ook omdat ik die wetenschap me gewoon niet zo graag deed. Nu doe ik het wel graag en dat scheelt wel. Dus ik ga bijna naar alle lessen behalve Frans. Omdat ik vind dat Frans gewoon... Ik heb moderne talen gedaan. Dus dat is niet super uitdagend en ik heb nu examens gehad en ik heb mooie punten daarvoor. Maar ik ga na al mijn lessen en vaak ga ik na school naar de bib in Kortrijk. Voor de rest ga ik nog gaan sporten, ga ik gaan zwemmen. Ik zit in een studentenvereniging en ook in een toneelvereniging waar dat er ook veel tijd in zit. Dus het valt allemaal goed te combineren. Dat is in de blok wel moeilijker. Tijdens de blok is het ook wel geen uitgaan, sporten en sociale activiteit. Maar ik ben open, want dat is maar voor even dus je moet erdoor.

Welke uitdaging bent u tegengekomen of verwacht je nog in de opleiding?

Persoonlijk voor mij is dat timemanagement. Ik stel veel uit, maar ik ben ook een perfectionist dus die combinatie ... Dat gaat niet goed samen dus voor mij is dat het uitstellen.

U was daarjuist bezig over de PR gerichte kant dat dat u meer interesseert. Maar heeft u al een ideale carrière pad voor ogen voor na het afronden van de opleiding?

Ik ben vrij zeker dat ik nog verder ga willen studeren, omdat ik dan 20 jaar ga zijn en ik denk dat ik nog niet ga klaar zijn voor de grote mensenwereld. Dus ofwel schakeljaar en Master. Of ik heb gezien dat er in Thomas More een opleiding is specifiek voor woordvoerder. En heb nu zo een beetje gedacht dat ik misschien een woordvoerder wil worden.

Dat enthousiasmeert u wel?

Ja, ik denk dat dat een goede voorbereiding is voor die job en misschien wil ik dat dan gaan doen, maar dat weet ik allemaal nog niet zeker.

Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie zelf?

(denkt) Ik heb nog niet echt communicatieproblemen tegen gekomen.

Ja misschien nu net **aan de paasvakantie. Dat is een blokvakantie, maar het is eigenlijk niet echt duidelijk al een idee wat dat de leerstof gaat zijn.** Dus we hebben wel een bepaalde docent een mailtje gestuurd en die heeft daar wel vrij snel op geantwoord. Dus misschien wat dat er in de paasvakantie van ons verwacht wordt. Maar dat is zo een klein minpuntje. Ik heb daar persoonlijk geen moeite mee, maar als ik het zo zie in de klasgroep dan is dat wel "nu die taak en welke PowerPoint is dat". Dus eigenlijk betere communicatie naar de studenten toen wat er in de paasvakantie verwacht wordt. Of zo bij aanvang van de paasvakantie. Maar dat is een heel klein puntje. De rest is super okay.

Heb je een tip voor toekomstige studenten?

Kom naar je lessen. Ja daar ga je veel uit halen.

Dat is wel een belangrijk iets voor jou dat naar de lessen gaan?

Ja, want ik heb dan ook zo een FOMO gevoel als ik niet zou gaan. Stel dat ze dan juist super belangrijks zeggen. Ik merk ook dat de docenten het appreciëren dat je er gewoon bent. Want bij het mondelinge examen, met Dominique was dat dan, was het "Ja u bent een enthousiaste leerling en je slaapt niet tijdens mijn lessen. Leuk dat je er bent". Zo dat is dan wel goed. Je moet niet altijd 100% er met je gedachten bij zijn, maar als je er bent is het al goed.

Voor wie is de opleiding volgens u het meest geschikt?

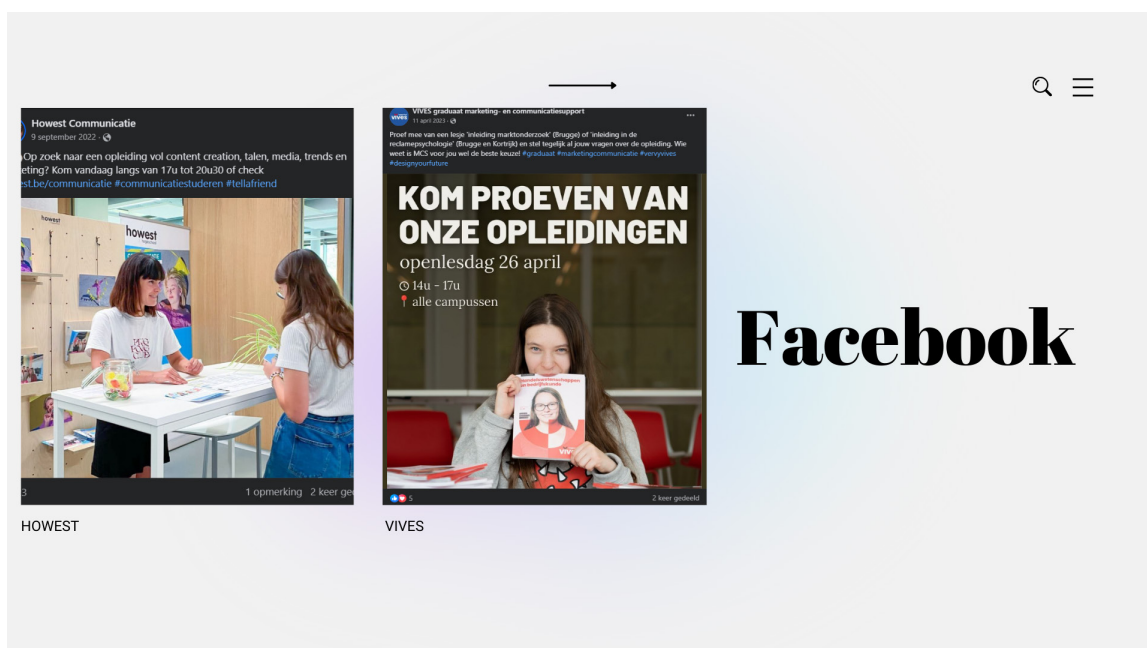
Voor de creatieveling die graag bezig is met taal. En die geen eenzijdige job willen. Ook als ze het eigenlijk nog niet zo goed weet wat specifiek willen worden en gaan doen.

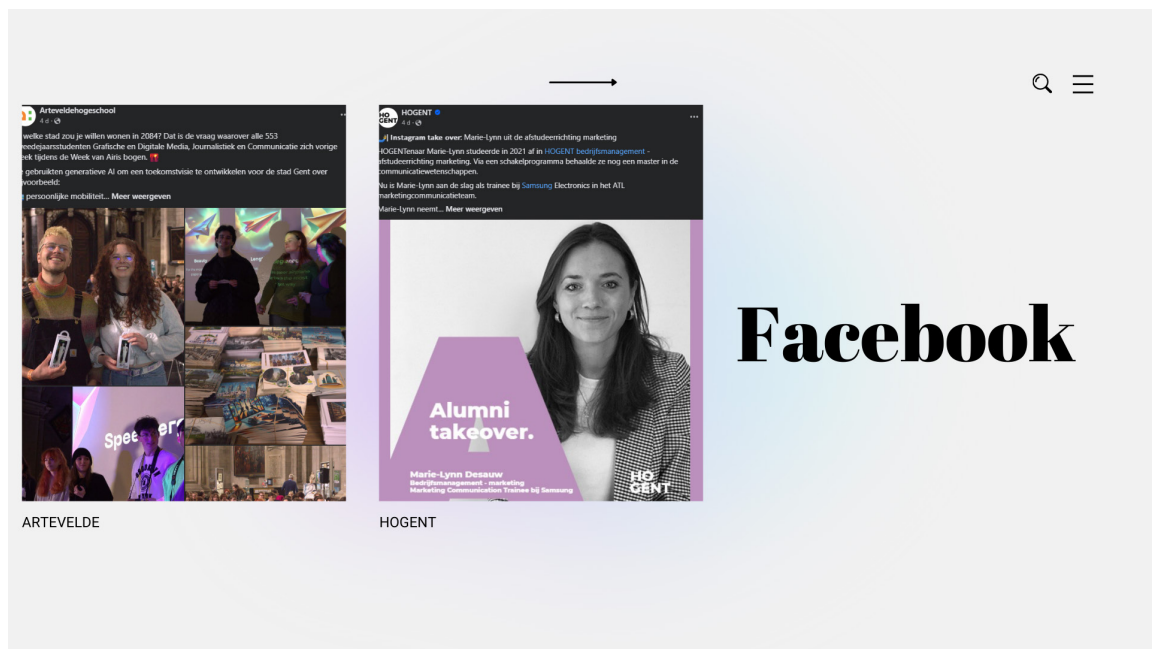
Dus ook gewoon omdat het zo ruim is bedoelt u?

Ja.

En ik heb nu nog een paar postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Achtervelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van deze al van de kopie en de Visual?

Facebook:





Facebook

Met pijn in het hart moet ik zeggen dat ik die van Vives duidelijker vindt. Want ja bij Howest moet je de kleine lettertjes lezen om te weten over wat dat het gaat. En bij Vives zie je direct wat dat het is. Alleen moet ik wel zeggen dat ik de foto bij Howest beter vind. Ja ik vind het raar dat bij Vives dat boekje nog opeet.

Wat zou u het gemakkelijkst aantrekken?

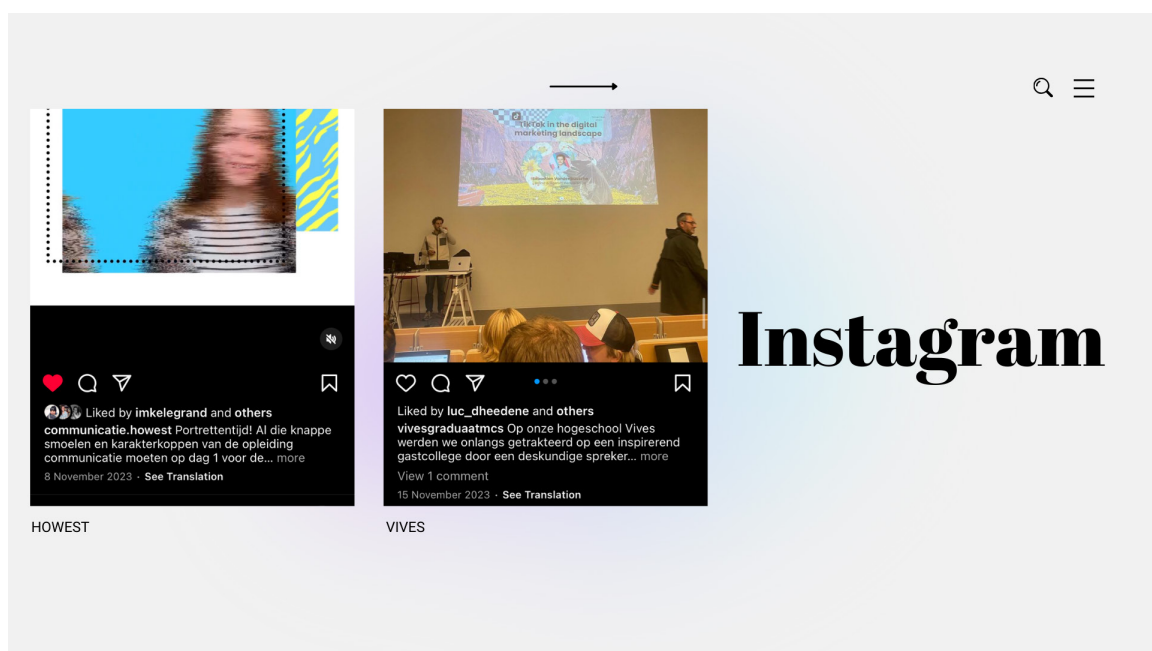
(denkt) Toch wel rechts, Vives.

Bij de volgende HoGent. Ik vind het leuk dat dat zwart wit is en dan met zo een *monochroom* is. Dat trekt de aandacht en dat andere... Dat is gewoon een foto collage. Dat is al zoveel gezien. Ik vind rechts (HoGent) vernieuwend.

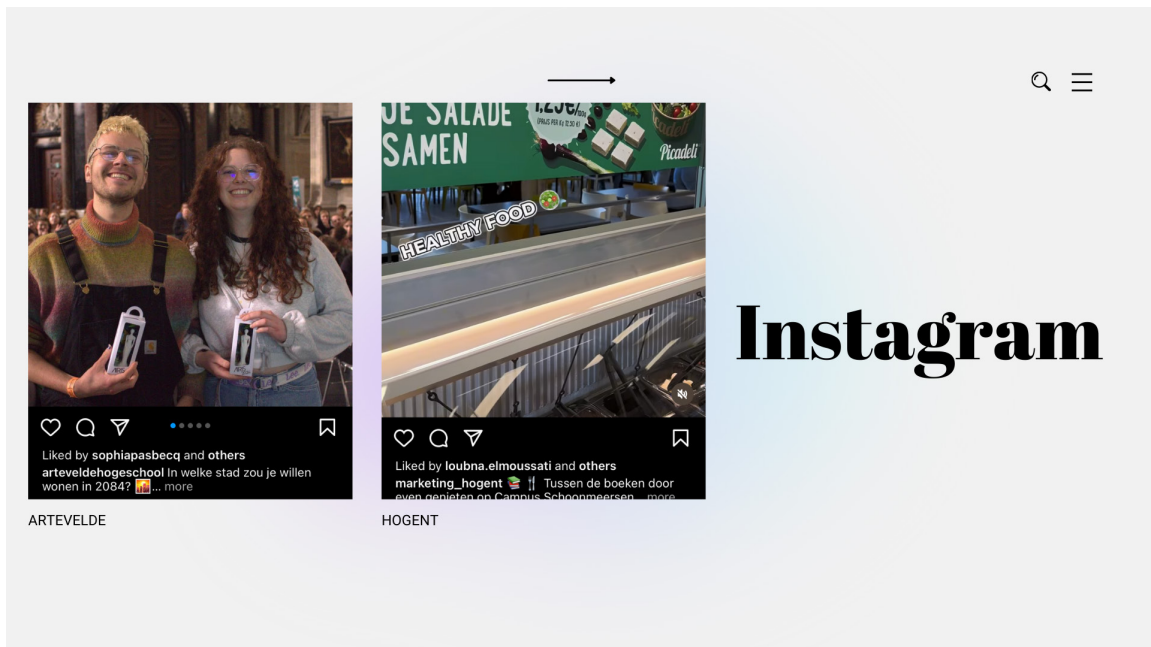
Dus die van HoGent trekt u wel aan?

Ja.

Instagram:



Instagram



Howest, want ik ken die video en ik weet dat dat een video is en bij Vives is het gewoon een foto slide. Dat is weer... je ziet dat zoveel op Instagram waardoor dat links beter en nieuwer is.

De reel vindt u dan leuker dan een gewone slide van foto's?

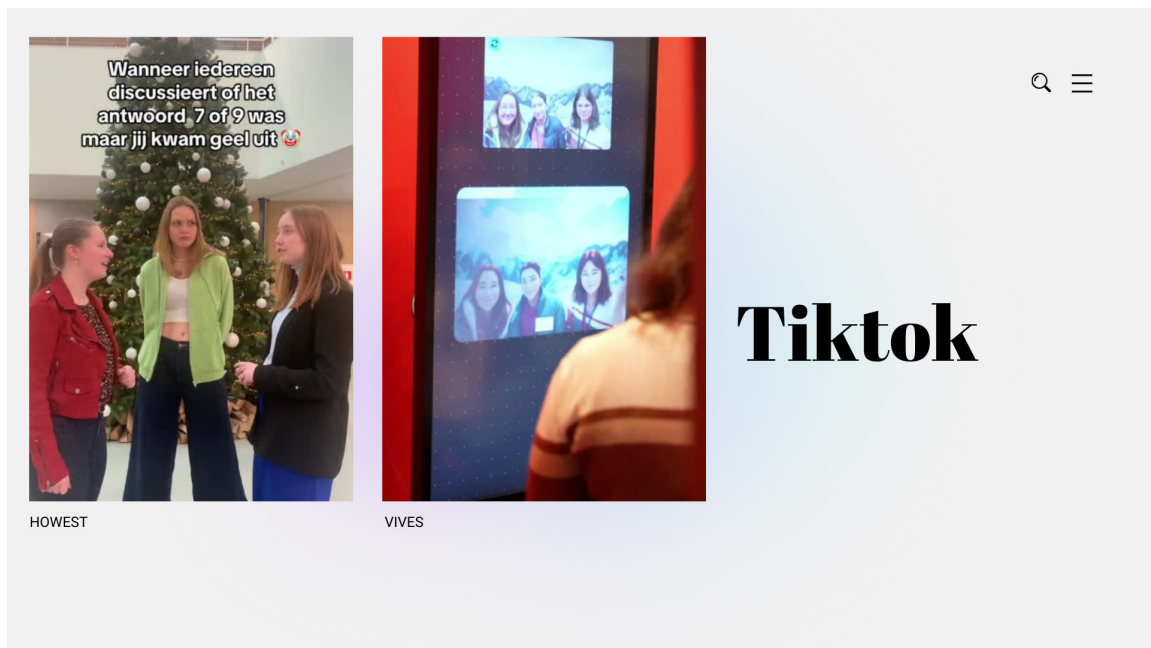
Ja.

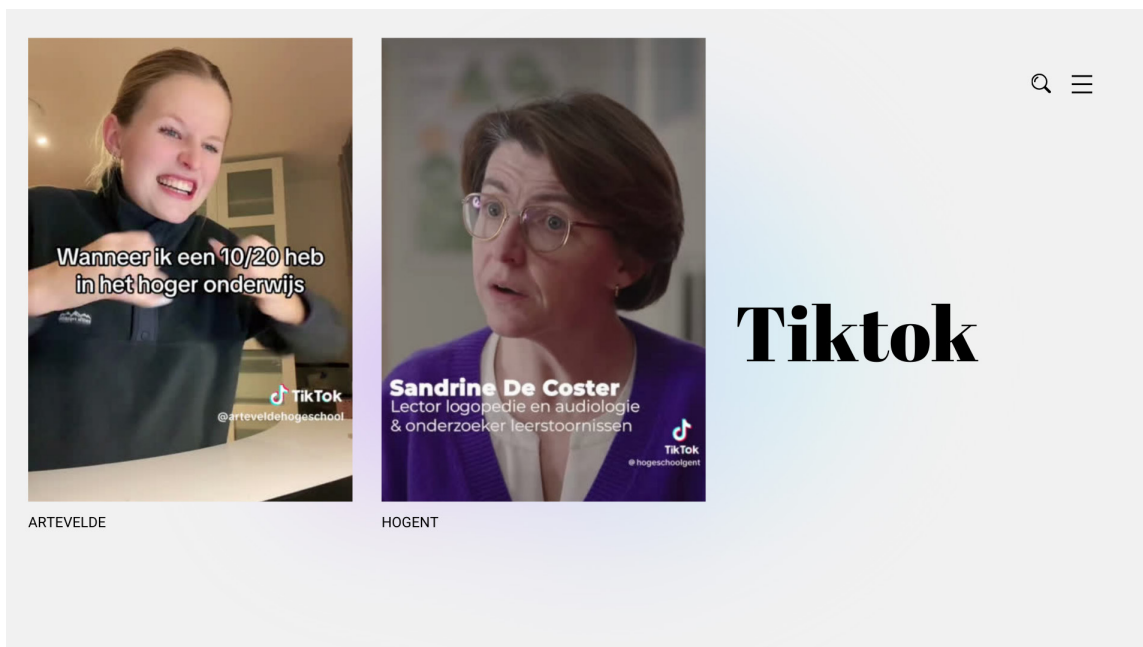
Bij de volgende weer de video. Dat is nu hot topic zo **korte video's**. Ik vind dat je daar wel als school moet op inspelen.

Ja, de reels zijn wel echt belangrijk voor de beste resultaten vindt u?

Ja als je dat nu vergelijkt reels en Tiktok dan is dat allemaal hot topic, super populair.

Tiktok:





De linker Tiktok ken ik. Ik heb het ook gelikt denk ik. Ja links vind ik beter, omdat toen op dat moment was dat een super **trending sound** en als je daarop inspeelt dan doet dat wel goed. Van rechts weet ik niet zo goed over wat dat gaat eigenlijk, maar wat ik dan wel goed vindt bij Vives dat hun **logootje** erop komt en dan heb je niet bij Howest. Nu geeft Howest de vrijheid aan de studenten is het niet geregisseerd door de school. Het is wel meer door studenten voor studenten.

Ik denk dat ik de Tiktok van Artevelde wel ooit eens heb gezien. Die van Artevelde vind ik beter voor op Tiktok en die van HoGent zou ik niet op Tiktok doen. Maar ik vind het wel leuk. Het heeft wel goede inhoud belangrijk voor studenten.

U zegt niet op Tiktok, waar zou u het dan wel plaatsen?

Eerder op hun website of Facebook. Daar zit wel een iets ouder doelpubliek denk ik. Want meer mensen van onze leeftijd zitten op Tiktok en ik denk dat die eerder geboeid zijn door een video dat herkenbaar is dan een informatieve.

Methodologisch Verslag T.E

Eerste indrukken

De respondent was zeer rustig en enthousiast om mij te helpen aan het interview. Door een oproep van Dirk Laverge zijn wij in contact gekomen met elkaar.

Grote lijnen

In dit interview wordt een eerstejaarsstudent Communicatie aan Howest geïnterviewd over zijn ervaringen en perspectieven op zijn studie. Hij benadrukt zijn initiële onzekerheid over zijn studiekeuze, die pas tijdens de open dagen van de hogeschool werd bevestigd. Oorspronkelijk overwoog hij industrieel productontwerp, maar hij koos uiteindelijk voor communicatie vanwege de moderne en creatieve uitstraling van de opleiding, evenals de vrijheid en diversiteit van carrièremogelijkheden na het afstuderen.

De student waardeert de vrijheid en creativiteit van de opleiding, waarbij opdrachten op maat van de student worden gemaakt en theoretische kennis direct wordt toegepast in praktische situaties. Belangrijke aspecten van de opleiding zijn de docenten, de locatie en de community die wordt gevormd binnen de klas. Hij erkent uitdagingen in het aanpassen aan het hoger onderwijs, met name wat betreft veranderde studiegewoonten en verhoogde verantwoordelijkheden. Naast het bespreken van de opleiding zelf, beoordeelt de student ook de sociale media posts van verschillende hogescholen, waarbij hij de voorkeur geeft aan posts die een persoonlijke band tonen tussen studenten en de school. Hij benadrukt het belang van inclusivity en diversiteit in het onderwijs, vooral op platforms zoals TikTok, waar het tonen van een gemeenschap en ondersteunende omgeving potentiële studenten kan aanspreken. Tot slot, adviseert hij toekomstige studenten om tijdig te beginnen met studeren en open te staan voor communicatie met docenten voor een succesvolle studie-ervaring.

Details die zijn opgevallen

1. De student benadrukt de invloed van de open dagen van de hogeschool op zijn definitieve studiekeuze, waarbij hij initieel twijfelde tussen industrieel productontwerp en communicatie.
2. Hij waardeert de vrijheid en creativiteit binnen de opleiding Communicatie, waarbij opdrachten op maat worden gemaakt en theoretische kennis direct wordt toegepast in praktische situaties.
3. De student beschouwt de docenten als een belangrijke factor in zijn opleidingservaring, waarbij hij een losse en vriendelijke relatie met hen waardeert en hun professionele ervaring in bedrijven en onderzoek als waardevol beschouwt.
4. Hij merkt op dat zijn initiële verwachtingen van de opleiding negatiever waren dan zijn huidige ervaring, waarbij hij verrast was door de balans tussen theorie en praktijk en de ondersteunende omgeving van de docenten.
5. Naast het bespreken van de opleiding, beoordeelt de student ook sociale media posts van verschillende hogescholen, waarbij hij de voorkeur geeft aan posts die een persoonlijke band tonen tussen studenten en de school, en benadrukt het belang van inclusivity en diversiteit in het onderwijs.

Praktische informatie

De geïnterviewde is T.E Het interview vond plaats online via Microsoft Teams op 28 maart 2024. Het duurde 28 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

Ik ben 18.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Ik was het nog niet zeker tot de open deur dagen van vorig jaar in april, want dan was ik gaan kijken naar de studiekeuzes. Ik had een paar studiekeuze in mijn hoofd, maar ze spraken me niet meer aan op de **opendeurdag** zelf. En toen kwam ik bij communicatie terecht.

En wat waren die vorige studiekeuzes dat u ook in uw hoofd gaat?

IPO, industrieel productontwerp en dan hun onderrichting. Iets met interieurdesign denk ik dat het was en die spraken me niet aan, dus dan herinner ik mij dat ik een keer communicatie zou passeren op Howest en dus ik ben daar ook naartoe geweest.

Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?

Ja.

In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

In het eerste jaar.

Had u al sowieso het idee om bij Howest te studeren of had u ook andere hogescholen in gedachten?

Nee, ik was eigenlijk direct zeker dat ik bij Howest zou komen, want ik studeerde in het middelbaar PTI wat er naast bevindt. En ja, een naastliggende school zou dezelfde route zijn. Ik zou niet veel moeten veranderen naar mijn regime van slapen, opstaan en de trein nemen en letterlijk dezelfde weg nemen. Dus voor mij was eigenlijk een gemakkelijkere keuze.

Dus u bent eigenlijk in contact gekomen met Howest doordat het een naastliggende school is?

Ja. Het was ook van onze school een beetje een voorbereiding op IPO. Maar ik ben dan toch niet naar IPO gegaan, maar naar communicatie. Maar ja, dat was een voorbereiding op Howest eigenlijk.

Ja, en u zegt dat u met de infodagen bent in contact gekomen met de opleiding communicatie. Maar hoe hebt u dan uiteindelijk besloten om te kiezen voor de opleiding?

Dat was, ja, ik kom daar zo binnen en er stond daar docenten mevrouw Martens, Timothy Kong en Sarah zaten dan zo aan de ingang en de **docenten** zagen er allemaal zo erg **jong en vriendelijk** uit en erg **aangenaam**. Dan kwam ik binnen in de Jungle, in dat lokaal, en dat was allemaal zo erg licht allemaal. Ja, je had natuurlijk wel frans en dat is ook wel vaak dat je denkt dat gaat wel doorbijten zijn, maar dan had je zo erg veel **creatieve** toestand zoals posters en affiches dat je bijvoorbeeld maakt dan in copy en design. En ik dacht van ja, dat spreekt mij aan. Het ziet er allemaal **modern** uit. Dan had je ook het bord met **alle mogelijke stageplaatsen en de alumnus**. En dat is ook een erg brede waaier van mogelijkheden dat je eigenlijk hebt.

Dus u heeft nu al enkele dingen gezegd die u aanspraken, maar wat is dan het meeste dat u aansprak van de opleiding?

Ja, ik denk de **vrijheid** dat je hebt, want als je afgestudeerd bent, kan je eigenlijk met de kennis dat je gekregen hebt doen wat je wil. Je kan zelfstandig gaan werken en je kan een eigen bureau opstarten. Je kan een bureau opstarten met verschillende types. Je kan een bureau starten in de richting PR, richting social media advertisement, richting copy of richting design of je kan gaan werken bij een bestaand bureau. Puur gewoon dat je met eigenlijk 1 studierichting meerdere mogelijkheden hebt, want als je dan gaat werken, dan begrijp je van het ene spreekt me niet aan, maar dan heb je nog steeds het andere dat je kan doen want je hebt het ook geleerd. Ja dus vooral de vrijheid in de toekomst.

Ja, en vind u dit ook belangrijk in de opleiding dat je verschillende ziet en kan kiezen wat je wilt?

Ja. We zien wel veel theorie en dan besef je wel dat alles gebruikelijk is. En ja eigenlijk alles is wel interessant. Je hebt wel de vrijheid en ook in de opdrachten dat je bijvoorbeeld maakt. We krijgen dan een titel van maak dit en daaronder doe je wat je wilt. Als je je opdracht gaat willen maken helemaal in het geel gaat niemand je ook stoppen. Gewoon als je het zo wilt maken, gaan ze je ook laten doen.

Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Sowieso de **docenten**, want zeker als je net uit het middelbaar komt, wil je echt wel zo wat lossere mensen. Mensen waarmee dat je zo een meer 'vriendschapsgevoel' hebt dan echt leerkracht student. En ja, voor mij was het ook belangrijk de **locatie** zelf. Dus ja het is ook dicht bij het stad en als je een spring uur hebt, kan je altijd iets gaan doen. Het is ook niet ver van het station. Dus ja de basics eigenlijk.

Dus die connectie met docenten hecht je ook wel een belang aan?

Ja, want ik denk wel omdat het zo een richting is dat niet zo groot is eigenlijk. Er zijn niet veel scholen die echt zo een wijde tak heeft van communicatie. Ik denk wel als je dicht staat met je docenten dan gaat het ook gemakkelijker zijn voor jouw stageplaatsen. En ook vooral als je moeilijke vragen hebt, gaan ze daar op kunnen antwoorden. En ja de meeste docenten hebben een erg grote achtergrond in bedrijven en in onderzoeken. Dat is ook wel gemakkelijk.

Hoe bevalt de opleiding u tot nu toe?

Ik vind het wel leuk. Mijn eerste semester was voor mijzelf al zo een beetje van "zit ik hier wel juist?", want ik had ja altijd een andere gedachte van ik ga iets anders studeren, maar na de examens wanneer dat ik zo'n punten zag en gewoon het nieuwe semester en wat we gaan leren, dacht ik van, Ik vind het wel leuk. Het is ook modern, dus dingen dat we leren kan je nu ook nog steeds ja, kan je nu gebruiken. In het vorig semester was het nogal social media. En dan ja, heb je zo die interessante vakken die een beetje over psychologie gaan. Dat sprak me aan en dacht ik van "Ik voel me hier wel goed."

Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?

Ja voor de vrijheid dat je kan krijgen daarna als je afgestudeerd bent. Ja eigenlijk dat je beetje alles kan doen wat je wil met de kennis die je hebt gekregen in 3 jaar tijd. De kennis is eigenlijk niet zo veel dat je denkt dat je daarna super veel kan doen.

Ja, dus eigenlijk echt die vrijheid dat wel in de kijker staat?

Ja.

Had u al bepaalde verwachtingen van de opleiding?

Wel, de verwachting was meer de negatieve kant op. Ik dacht dat het veel moeilijker ging zijn, want ik dacht dat toen ik daar binnenkwam en dat rooster zag en vooral de modules mediacommunicatie en interpersoonlijke communicatie. Ik dacht dat het veel hardere theorie ging zijn, maar het valt wel mee, omdat het uiteindelijk allemaal sneller in praktijk verzet wordt. Elke keer heb je een experiment of een opdracht daarrond en je kan dan de **theorie dat je krijgt meteen in praktische uitvoering** toepassen en beseft je wel dat het eigenlijk niet zo moeilijk is.

Vindt u die theorie belangrijker of de praktijk dat dan ook wordt gebruikt in de lessen?

Het belangrijkste vind ik wel dat ze de theorie direct omzetten in praktijk en dat het niet zo is dat je eerst 1 grote blok van theorie krijgt en dan pas ergens een opdracht daar rond, maar dat soort direct aan elkaar verbonden is, want ik denk dat je ook zo sneller leert. Als je het aan elkaar doet. Als je het nodige krijgt en dan zet je dat praktisch om dan als je gewoon theorie zou krijgen.

Dus eigenlijk vooral de combinatie daarvan?

Ja.

Welke aspecten van de opleiding vindt u belangrijk of interessant?

Dat het eigenlijk erg **creatief** is. Dat je meer de **vrijheid** hebt in uitvoering van de opdrachten. Dat de opdrachten eigenlijk gebouwd worden op de student. Zo van je krijgt de opdracht en dan doe je eigenlijk hoe je het wilt en de docenten gaan je ook daarmee helpen in jouw weg en zal het niet proberen te veranderen naar een specifiek iets en niet zo gewoon een blaadje van ABC. Ze gaan je helpen met jouw eigen weg. En ja ook creatief en vrij. Het is eigenlijk zo dat deze aspecten mij persoonlijke ook als ik geen communicatie zou studeren mij zouden overtuigen om communicatie te doen. Het creatieve en dat het vrij is en dat je eigenlijk je eigen zin een beetje kan doen. Wel ja je hebt een doos, maar de doos is hier groter dan bij andere richtingen bijvoorbeeld.

Wat zijn nog sterke punten van de opleiding?

Andere sterke punten zijn weer de docenten die eigenlijk beseffen waarover ze aan het praten zijn. En we hebben dan ook massaal docenten die echt als iets uitleggen en je bent dan direct mee, omdat ze gewoon weten waarover ze praten. En dan ben je ook wel altijd direct mee, want je beseft gewoon dat zij het begrijpen, dus je begrijpt het ook, want als een docent zijn eigen vak niet begrijpt, ga je het ook nooit begrijpen waarover dat gaat.

Ja, en wat zijn de zwakke punten van de opleiding?

Ja, (aarzelt) hoeveel uur in een week, want hoe dat we hoorden van het tweede jaar, nu is dat zij minder drukke weken hadden. Ik denk gewoon ja, want dat is gewoon een ding waar het docenten een keer aan moeten denken. Maar dat is de deadlines dat allemaal zo op elkaar valt. Maar ja, Ik denk niet dat dat zo'n groot probleem is als je gewoon je time goed managed, dan ga je er wel uit geraken.

Ja, dus vooral die timemanagement heb je daar ook wel nodig als student?

Ja.

Hoe combineert u uw studie met uw studentenjob, hobby's of andere activiteiten?

Wel, hangt af van de deadline, bijvoorbeeld aan een opdracht. Als het zo een kleine opdracht is, probeer ik dat ook zo snel mogelijk te maken. Als ik zo thuiskom na het school doe ik dan liever eerst iets voor mezelf, dus ja mijn hobby's of een beetje gamen of muziek luisteren of zo om dan pas nog te werken aan school en dan weer mijn eigen ding te doen. En ja met een studentenjob, momenteel heb ik geen, maar toen ik er eentje had omdat het weekend zo verdeeld is van je hebt maar een dag tijd, want de zondag zijn ze meestal ni open.

Dat is dan ook een voordeel dat je kijkt wanneer dat je wat hebt en dan zal weer die time management van te pas komen. Als ik een studentenjob heb, doe ik dan misschien een kleine opdracht op de dag zelf en de dag erna doe ik dan een grote opdracht. En ja het hangt af van of ik de opdracht goed heb begrepen of minder goed. Als ik hem goed heb begrepen, doe ik hem ja, een beetje procrastinatie, dan doe ik hem wel zo de laatste dag of de dag zelf van wanneer hij moet indienen. Dat is zo moeilijk en als het een opdracht is dat ik minder heb begrepen, ben ik wel op voorhand en, dan is dat weer zo met mensen van je klas. Zo'n beetje beginnen sturen van ja, wat is dan nu? Of ja, hoe kan je dat nu oplossen?

Bent u al uitdagingen tegengekomen of verwacht u nog tegen te komen tijdens de opleiding?

(twijfelt) Ik denk weer eigenlijk aan hoe dat het wel anders is dan het middelbare. Dat is wel een ding voor mij, want in het eerste semester paste ik eigenlijk mijn leerschema van in het middelbaar toe van studeren doe je nog halve week of 1 dag op voorhand en de opdracht ja je maakt het en het is goed, maar dan begrijp je wel dat je je moet herpakken en er een beetje serieuzer naar kijken. Want ik had het ook anders beoordeeld dan dat het nu echt is nu. Je maakt het en binnen twee jaar ga je naar buiten met een diploma en ga je daarmee moeten gaan werken. Het moet nu wel op punt zijn.

Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?

Goh een specifiek iets niet. Toen ik zo in boekje heb gebladerd van communicatie, zou ik de keuzetraject, denk ik wel dat ik iets ga wel aan doen richting ja design en content creatie? Dat is eigenlijk nog steeds ja, mijn opleiding in het middelbaar behouden en iets creatiefs doen, maar dan ja, het inleven in hetgeen wat ik nu doe is inleven in communicatie of advertisement of iets daarin. Toch meer zo het creatieve aspect daarvan.

Dus vooral op het creatieve inspelen dan?

Ja.

Heeft u aandachtspunten of suggesties voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie zelf?

Ik denk wel dat de docenten de communicatie nog goed doen. Ja, onze klas met elkaar heeft direct zo'n hele community gebouwd en we hebben al veel communicatie onder elkaar. En met de docent is het ook wel gemakkelijk om contact te leggen. Altijd je hebt email en dan heb je teams en leho, je kan ook altijd gewoon persoonlijk een berichtje sturen via teams sturen. Maar ik denk gewoon persoonlijk dat het voor docenten het beste is als... Misschien is dat grof, maar dat de meeste docenten zo een cursus Leho volgen. Want ja, sommige docenten. Ja, bijvoorbeeld PowerPoints dat je niet meer kan open doen thuis, omdat de docent het er fout in steekt. Of punten dat ze dat je niet kan zien, omdat het docenten op een foute manier open doet, is eigenlijk zeggen kleine dingetjes dat eigenlijk geen groot probleem zijn. Maar je irriteert je er op zich wel soms aan, omdat je dan bijvoorbeeld bezig met een taak, maar dan zie je die PowerPoint niet en je kan je kan een docent niet bereiken, want het is weekend. Ik geef de docent eigenlijk wel gelijk, want het is weekend en iedereen heeft een persoonlijk leven. Dus een docent gaat niet antwoorden op je e mails. Maar dan zit je wel vast met die gesloten PowerPoint.

Voor wie is de opleiding het meest geschikt volgens u?

Goh, dat is weer het probleem aan communicatie. Dat is de curse en de blessing denk ik. Het wijde gamma van mogelijkheden dat je hebt. Want ja iedereen kan er wel terecht. Als je creatief bent, sociaal bent kan je daar binnen. Maar ook als je iemand bent die graag werkt met sociale media of de technische aspecten van reclame. Je kan dan ook weer voor communicatie kiezen, want we zien erg verspreide vakken.

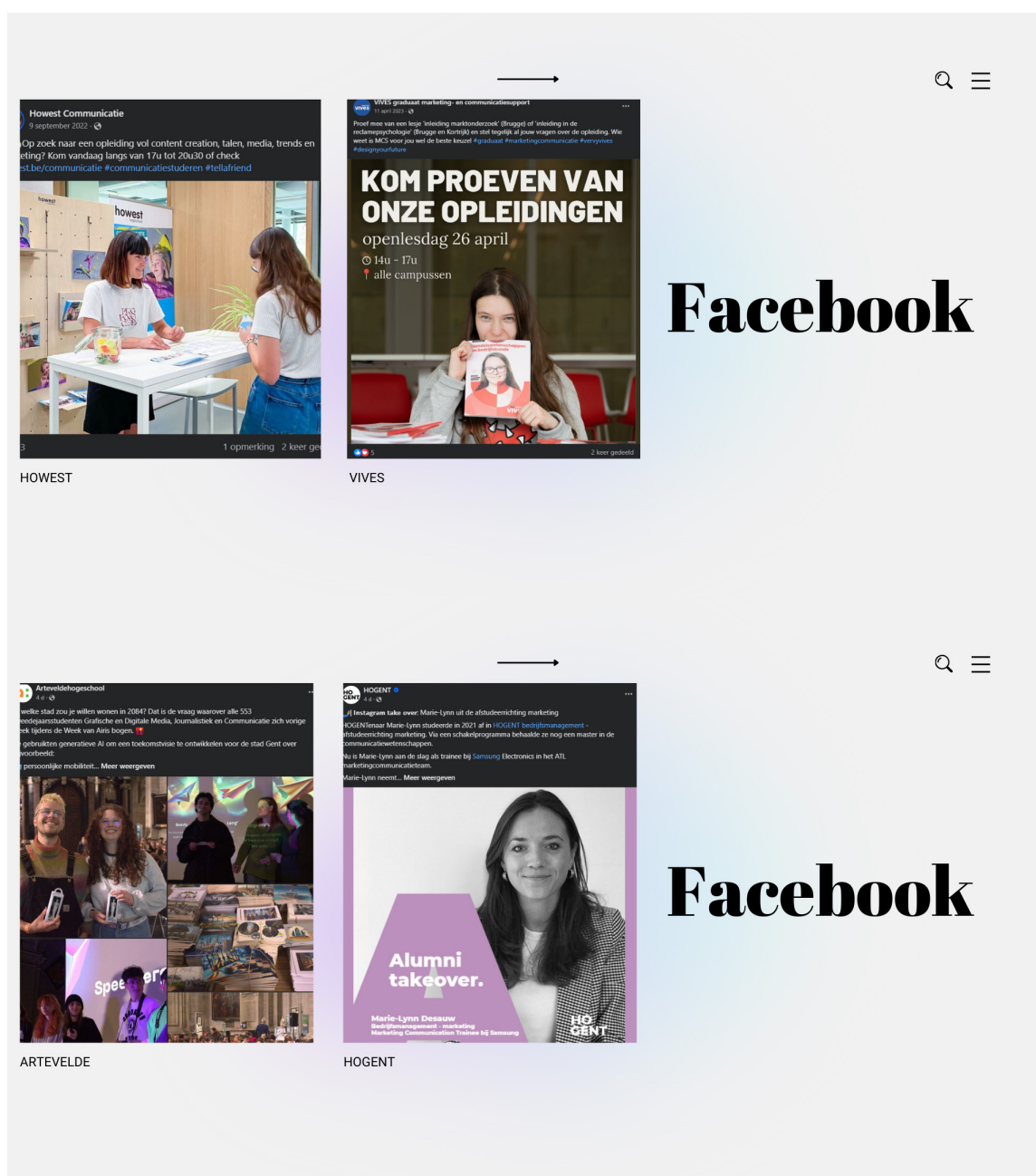
Het ene vak is dan media communicatie en dan krijg je de verschillen de types daaronder van klassiek tot modern. Daar heb je wel de psychologie technische gezien. Dan heb je ook nog podcasts maken. Dus ja het is een erg brede waaier. Het is zo moeilijk om te zeggen van "Dit is jouw specifiek doelpubliek".

Heb je nog een tip voor toekomstige studenten?

Op voorhand beginnen studeren. (lacht) Begin op voorhand met je taken maken. En als je iets niet begrijpt, vraag het direct aan de docenten. De docenten zijn gemakkelijker dan leerkrachten in het middelbaar en ze gaan veel opener reageren en veel vriendelijk antwoorden.

En ik heb nu nog enkele postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Artevelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van de copy en de visual?

Facebook:



Howest ziet er zo meer **huisachtig** uit, want dat is zo meer van het gesprek van een docent en toekomstige docent. Het is zo wat lossier.

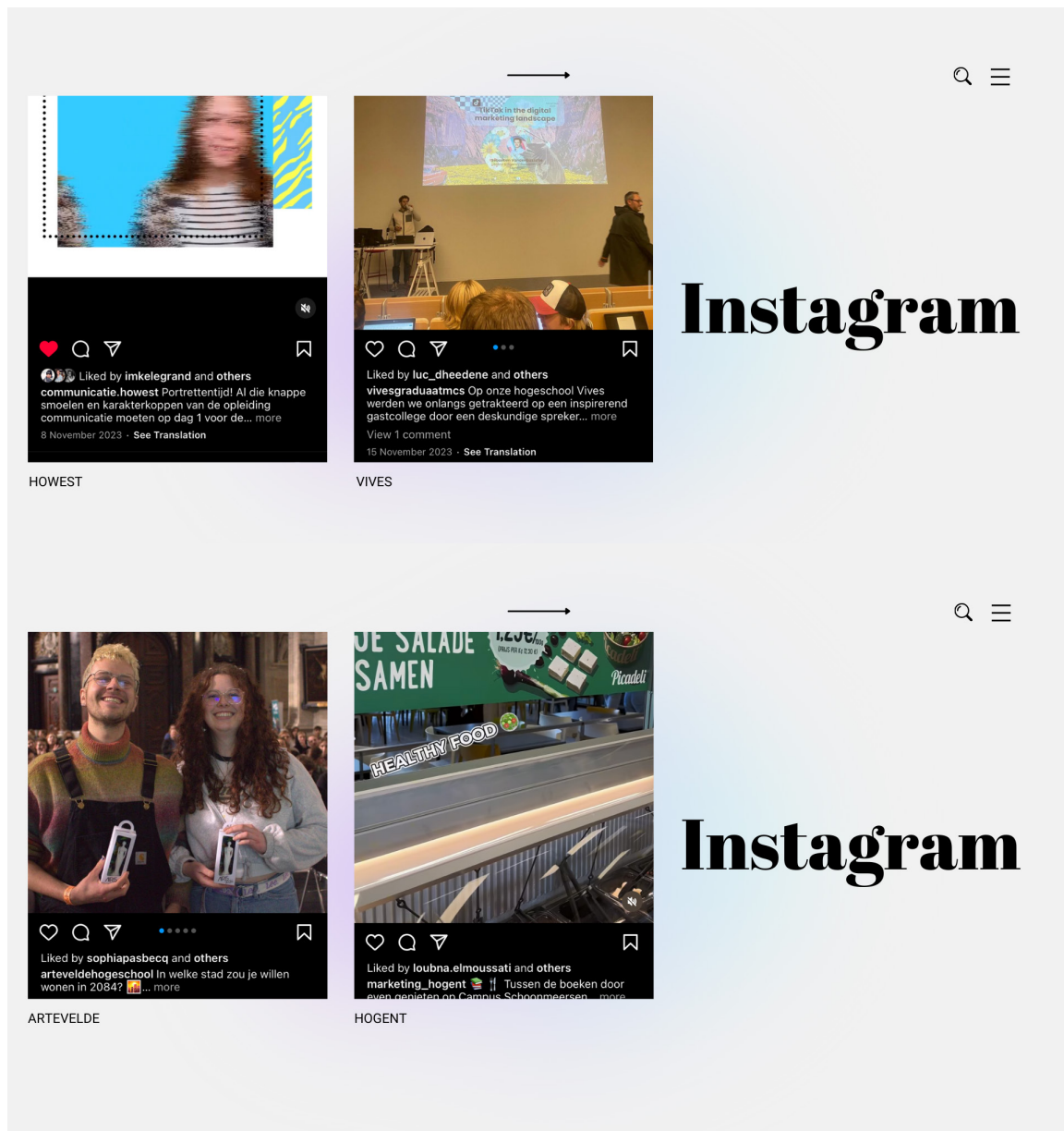
Het is ook minder zoals een reclamespot, want het is zo meer verborgen marketing. Je hebt zo meer Howest op de achtergrond en niet op de hele foto. Dat van Vives is echt gepinned op de fotoshoot. Ook ziet het er geforceerd uit denk ik. Maar het ziet er van Vives nog steeds goed uit, want ze hebben een niet te grote tekst. Ze hebben een goede foto gekozen, waar dat je ziet dat het Vives is. Ook de kleuren, je ziet veel rood en wit op de achtergrond. En de essentiële informatie staat er ook bij.

En welke post zou u het meest aanspreken, mocht u het zien op uw sociale media?

Persoonlijk die van Howest, omdat die er zo wat thuisachtiger uitziet. Maar ik denk dat die een **beetje meer tekst** moet hebben zoals meer uitleg op de foto zelf. Want ik denk dat je daar sneller door zou scrollen.

Artevelde en HoGent. Ik denk dat dat een beetje hetzelfde zal zijn als dat van de vorige keer. Het ene is meer losser en toont meer hoe dat de school eruitziet. En HoGent toont meer het statische, professionelere kant. Ik denk dat dat ook het ding is met Howest en Vives. Het ene toont aan dat Howest een meer vrije school is en gemakkelijker. Terwijl Vives zo wat strakker is. Dit is hetzelfde met Artevelde en HoGent. En ik denk weer hetzelfde. Ik zou meer gaan voor die van Artevelde, maar ik denk weer dat die tekst ontbreekt over wat die post is. Want ik denk dat ik weer snel zou door kunnen scrollen.

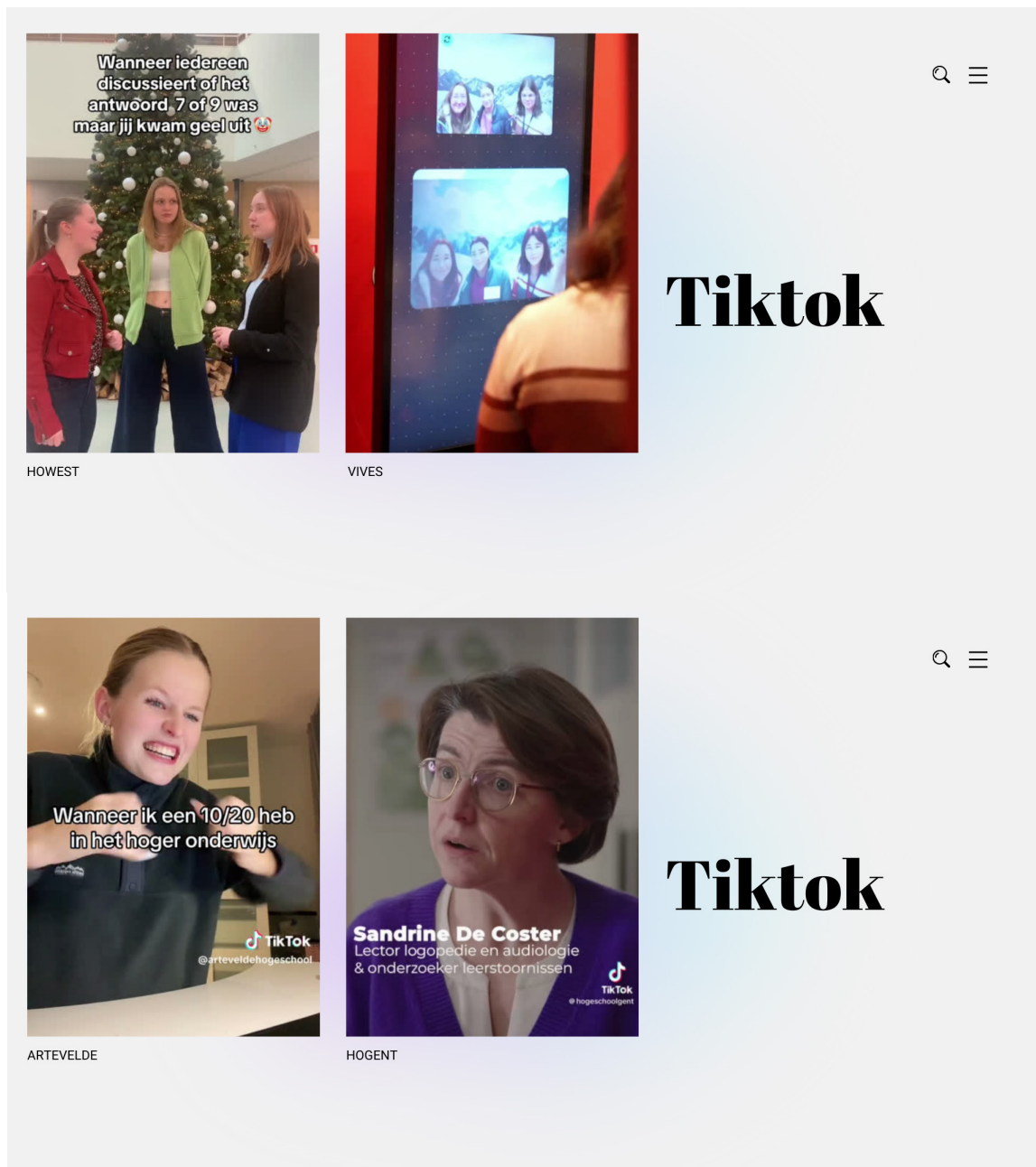
Instagram:



Ja ik vind die links (Howest) beter dan de rechtse (Vives). Ik vind gewoon de kwaliteit van Vives slechter, want het is zo met een rare geel gloed daarover. Het ziet er ook zo uit als een foto dat je snel op je gsm neemt. Dus ik vind die van Howest net iets beter.

Die van HoGent is een beetje onduidelijk van wat het precies is. Healthy food. Maar dat zegt ook niet veel. Het is enkel over voedsel. En die van Artevelde is een standbeeldje van een art iets. Ik heb niet echt een mening tussen die twee.

Tiktok:



Die van Howest zie je wel dat het gemaakt is door studenten. En dat vind ik dan wel tof, want als de school en de richting eigenlijk de sociale media vertrouwt aan degene die daar studeren, heeft dat ook weer het gevoel van '**we zijn 1 groep samen**' en **de docenten en studenten zijn gelijk met elkaar**. En van Vives is dat echt wel een reclame van 'wij zijn Vives'. Wat dat eigenlijk ook wel niet slecht is. Dus ja het is allebei wel goed, maar op een andere manier.

Dus zo een persoonlijke band tonen op Tiktok kan volgens u wel?

Ja, ik denk gewoon dat voor als je vanaf je 16e – 17e al begint te denken van "Ik ga moeten kijken wat ik ga studeren". Als je dan kijkt op Google naar de scholen, vind je ook meteen

de sociale media terug van de scholen. Ik denk wel dat je een balans moet hebben van **het praktische van de richting, maar ook aantonen dat de richting wel fun is**. Zo van 'Het is geen hogeschool waar dat iedereen in aula's zit, zwijgt en kijkt naar een presentatie. Maar het is een hogeschool met allemaal vrije kanten'. Wij moesten zo bijvoorbeeld dit semester nu ook hele tijd Tiktoks maken en dan vliegt dat ook uit, omdat mensen iets grappigs en tofs kunnen posten over jokes die binnenin de school gebeuren. En dan wil je daar wel bij horen en te weten komen en begrijpen waarom dat worstenbroodjes zo speciaal zijn in Howest. Omdat alles, heel dit jaar, draait om worstenbroodjes. Alle jokes en Tiktoks zijn allemaal rond worstenbroodjes.

Dus ja dat is zo iets dat je denkt dat is wel jeugdelijk en je denkt 'Ik wil daar wel bij zijn'.

Die van Artevelde is gewoon relatable, want ja als je in het middelbaar een 16/20 haalt, dacht je van 'pff dat kan beter'. Maar als je in het hoger een 10/20 haalt, denk je van 'ik ben er vanaf'. En dat van HoGent vind ik ook wel goed. Er wordt daar niet vaak over gesproken dat er geholpen wordt voor mensen met aandachtstoornissen, leerstoornissen, spreekstoornissen... Ik denk wel dat dat een grote catcher is voor mensen die kinderen hebben die weten dat ze bepaalde problemen hebben. Dan is dat wel een voordeel als ze zeggen 'we werken daarmee en de docenten gaan je daar ook wel meehelpen'.

Dus u vindt ook wel dat de promotie van HoGent wel kan op Tiktok?

Ja. Gewoon zo de **diversity en inclusivity in de school zelf**. Want als je zelfs Howest binnenloopt, zie je dit al. Je hebt verschillende mensen van verschillende culturen, achtergronden, religies... en het is erg inclusief. Maar op Tiktok zie je dat puur omdat de studenten heel de tijd filmen. Zo zie je wel dat iedereen erg anders is. En je ziet ook dat er geen een zelfde persoon is. Maar ik denk wel dat dat echt zo een keer op punt gezet moet worden. Zo van 'we zijn hier en we kunnen dit en we kunnen je helpen met alles en met wel probleem je ook zit je kan bij ons terecht. En als je bijvoorbeeld een mobiliteitsprobleem hebt dat je geen trappen kan lopen, zelfs daar kan je bij ons terecht, want de ingang is gewoon recht en we hebben een lift'. Dus iedereen kan wel bij Howest binnen.

Methodologisch Verslag L.B

Eerste indrukken

De respondente was zeer rustig en opgewekt. We zijn in contact gekomen door een oproep van Dirk Laverge.

Grote lijnen

De student is een vrouw van 18 jaar oud die haar keuze voor de opleiding Communicatie in Howest heeft gemaakt na het vergelijken van verschillende opleidingen en het enthousiasme van een vriendin in Gent. Ze waardeert de variatie en praktijkgerichtheid van de opleiding, evenals de persoonlijke aanpak van docenten en de gezellige sfeer op de campus. Haar grootste drijfveer tijdens de opleiding is de activiteit en de vriendelijke docenten. Ze combineert haar studie met het runnen van haar eigen online kledingshop, "Don'tMinds", wat haar de mogelijkheid biedt om praktische ervaring op te doen en haar passie voor content creatie en influencer zijn na te streven.

Haar tip voor toekomstige studenten is om Frans goed bij te houden en op tijd te beginnen met studeren. Ze beschrijft de opleiding Communicatie als geschikt voor mensen die geïnteresseerd zijn in marketing, sociale media en creatieve variatie, maar nog niet precies weten wat ze willen doen. Wat betreft de sociale media posts, waardeert ze een evenwicht tussen relatable content en behind-the-scenes informatie, met aandacht voor duidelijke communicatie en aantrekkelijke visuals.

Details die zijn opgevallen

1. Het feit dat de student haar eigen online kledingshop runt, genaamd "Don't Mind", terwijl ze nog studeert, laat zien dat ze niet alleen theoretische kennis opdoet, maar ook praktische ervaring opbouwt die ze direct kan toepassen in haar ondernemerschap..
2. Haar ambitie om influencer en content creator te worden, die al begon op jonge leeftijd met het opzetten van een YouTube-kanaal en het streamen op Twitch, toont haar toewijding aan creativiteit en haar streven naar een carrière in de digitale media.
3. De student merkt op dat sommige sociale media-posts van haar opleiding niet duidelijk genoeg communiceren en suggereert dat meer informatie over evenementen en activiteiten in de posts zou moeten worden opgenomen om studenten beter te informeren en te betrekken. Dit getuigt van haar kritische denkwijze en oog voor detail als het gaat om effectieve communicatie.

Praktische informatie

De geïnterviewde is L.B Het interview vond plaats online via Microsoft Teams op 28 maart 2024. Het duurde 27 minuten.

Vragenlijst

Inleidende vragen

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?
3. Is dit uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?
 - a. Zo nee, wat was / waren uw vorige opleiding(en)?
4. In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?
5. Hoe bent u in contact gekomen met Howest?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
6. Hoe bent u in contact gekomen met de opleiding Communicatie?
 - a. Welke informatiebronnen heeft u gebruikt?
7. Welke factoren spelen volgens u een belangrijke rol bij het kiezen van een opleiding?

Vragen over de opleiding

1. Waarom heeft u uiteindelijk gekozen voor deze opleiding?
2. Wat sprak u aan in deze opleiding?
3. Hoe bevalt de opleiding communicatie u tot nu toe?
4. Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?
5. Wat waren uw verwachtingen van de opleiding?
 - a. Zijn deze verwachtingen al beantwoord?
 - i. Zo ja, op welke manier?
6. Welke aspecten van de opleiding communicatie vindt u belangrijk of interessant?
7. Hoe zou u de opleiding communicatie aanbevelen / omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?
8. Hoe zou u de opleiding omschrijven in drie woorden?
9. Wat zijn, volgens u, de sterke punten van de opleiding communicatie?
 - a. Wat waardeert u het meest aan de opleiding communicatie en waarom?
10. Wat zijn, volgens u, de zwakke punten van de opleiding communicatie?
11. Hoe combineert u uw studie met uw (studenten)job, hobby's of andere activiteiten?
12. Welke uitdagingen bent u tegengekomen of verwacht u nog in de opleiding?
13. Wat is uw ideale carrière pad na het afronden van de opleiding?
14. Welke aandachtspunten of suggesties heeft u voor de opleiding communicatie wat betreft de communicatie?
15. Heeft u een tip voor toekomstige studenten?
16. Voor wie is volgens u de opleiding het meest geschikt?
17. Hoe zou u potentiële studenten aanmoedigen om te kiezen voor de opleiding?

Vragen over de content

1. Wat vindt u van deze posts (Instagram, Facebook, Tiktok)?
 - a. Wat kan er beter volgens u?

Transcriptie

Wat is uw leeftijd?

Ik ben nu 18 jaar.

Wist u al op voorhand wat u wou gaan studeren?

Ja op voorhand denk ik.

Hoe bent u dat te weten gekomen?

Ik kende iemand die Communicatie deed in Gent. Dat was toen in mijn vijfde middelbaar. Ik wist toen nog niet wat is moest doen ze sprak dan over Communicatie en dat dat eigenlijk een ruime opleiding is en je leert daar veel in. Als je dan nog specifieke eisen hebt, kun je daar nog verder in verdiepen door een andere richting te kiezen. Dus ik dacht "Oke dat interesseert me wel". Dan heb ik heel veel onderzoek daar naar gedaan in de zomervakantie en dacht ik echt "Oke dat is wel echt iets voor mij". Ik heb dan de *proeflessen* gevolgd en naar de *infodag* geweest en ja ik volledig verkocht.

Dat is heel positief. Dit is dan ook uw eerste opleiding in het hoger onderwijs?

Ja.

In het hoeveelste jaar van de opleiding zit u momenteel?

In het eerste jaar.

U zegt dat u in contact ben gekomen met Communicatie door een vriendin van Gent, maar hoe bent u dan in contact gekomen met Communicatie in Howest?

Dus de website van *studiekiezer.be*. Ja bij Communicatie zag je die van Kortrijk, die van Gent en dan Brussel. Maar Brussel zag ik al helemaal niet zitten. Maar als ik *de richtingen, de modules vergeleek* van Kortrijk en Gent zag ik wel dat het in Kortrijk alles mij veel meer aansprak en dat er ook gewoon iets meer praktijk was.

Hoe heeft u dat dan vergeleken die modules?

Dat stond gewoon op die site.

Welke factoren spelen volgens u een belangrijk rol bij het kiezen van een opleiding?

Voor sommige mensen is dat waarschijnlijk de *plaats*. Dat was voor mij minder een probleem, omdat ik sowieso op kot zit en mij boeit het niet of ik nu ver van huis ben of niet. Maar ik denk gewoon vooral *dat je het graag doet of niet*. Dat weet je niet altijd op voorhand, maar je kunt het wel een beetje voorspellen of dat je het graag zou doen als je natuurlijk wel weet wat je wilt worden later kun je op basis daarvan ook een bepaalde opleiding kiezen. Als je het dan nog niet weet, kan je gewoon ruimer kiezen en nog bepalen of dat je die opleiding verder wilt doen of niet. Dus ik denk dat dat toch wel de inhoud van de opleiding is.

Dus vooral de inhoud moet mooi voorgesteld worden aan de studiekeizers?

Ja.

U wou al Communicatie studeren en u heeft gekeken naar de modules. Maar waarom heeft u dan ook uiteindelijk gekozen voor de opleiding?

Ik heb wel nog naar andere opleidingen gekeken zoals Marketing, maar zo heel gericht op Marketing zag ik nu ook niet zitten. Ik heb ook heel graag heel veel *variatie*. Dus als mijn dag elke dag hetzelfde zou zijn, zou ik echt gewoon verveeld geraken. En dan bij Communicatie is geen enkele dag hetzelfde. Zelfs het *lessenrooster verandert constant* je moet ze elke dag checken of het niet veranderd is. Dus ik leef wel echt gewoon voor mijn opleiding.

Dus die variatie is wel iets waar je veel belang aan hecht?

Ja. Ik weet dat er mensen zijn die zo variabel, zoveel variatie echt haten en er zijn er ook in mijn klas die dat ambetant vinden. Ja nee ik leef daarvoor.

Hoe bevalt de opleiding u tot nu toe?

Het eerste semester was ietsjes saaier, omdat daar veel meer theorie was. In het tweede semester doen we veel meer praktijk wat ik echt geweldig vindt.

Ook de laatste twee weken hebben we vier gastcolleges gehad. De een was wat interessanter dan het andere, maar je leert er ook wel heel veel uit. En ja ik weet niet, maar ik vind het al heel positief want ik heb mijn eigen bedrijf. En ik kan al heel veel van wat ik nu leer ook al toepassen op mij eigen bedrijf. Dus dat hangt eigenlijk een beetje samen. Ik kan oefenen. Ik kan mijn schooltaken oefenen op mijn bedrijf. Ik kan mijn bedrijf evalueren en evolueren door wat ik leer.

Wat is uw grootste drijfveer tijdens de opleiding?

Ja grotendeels ook dat er **heel veel activiteit** is. Dat vind ik ook heel leuk om te doen en de **docenten zijn ook echt mega vriendelijk**. Ja er zijn bepaalde docenten dat wat minder zijn, maar ja dat heb je altijd wel zeker. Ze staan heel dicht bij je vergeleken met andere hogescholen. In de uniefs kennen ze je naam misschien niet eens terwijl hier kennen ze je wel redelijk goed.

Had u al bepaalde verwachtingen van de opleiding?

Ja deels wel, omdat ik de proeflessen heb gevolgd, had ik wel bepaalde verwachtingen. Ja ik had ook een klein beetje ervaring dan en ik heb ook wel gemerkt dat de lessen dat ik toen had gevolgd dat dat wel grotendeels is teruggekomen. Dat is ook wel leuk om die herkenning te hebben.

Heeft u bepaalde aspecten, naast de variatie, dat u ook nog belangrijk vindt aan de opleiding Communicatie?

Ja, dat de **docent heel toegankelijk** zijn ook. Ook dat we met niet te grote klassen zijn. We zitten nooit of bijna nooit in een aula. Iedereen kent ook iedereen zijn naam. Iedereen kent iedereen ook wel persoonlijk. De docenten zijn ook redelijk persoonlijk. Ze vertellen ook wel over hun eigen leven, waardoor dat het ook weer toegankelijk wordt gemaakt. Dus ja je voelt je niet gewoon een student ofzo, maar je voelt je gewoon een mens als je daar zit. Je staat sowieso al onder een docent, maar die hiërarchie vergeleken met andere universiteiten en hogescholen is veel minder. Er zit veel minder verschil op.

Hoe zou u de opleiding aanbevelen of omschrijven aan iemand die er nog niets van weet?

Ik zou sowieso beschrijven dat het een hele creatieve opleiding is waar veel variatie is. Dat als er iets is dat je niet ligt dat er dan wel andere dingen zouden zijn dat je liggen. Het is niet dat er in de opleiding niets interessants kan zijn voor iemand. Er gaat altijd wel iets minder interessant zijn, maar je gaat dan zien dat er zoveel variatie is. Je kunt er ook kei veel mee doen later. Je kunt er zoveel kanten mee opgaan.

En als je het moest omschrijven in 3 woorden?

Creatief, ruim, ja gezellig van de klassfeer of met de docenten. Ja ook gewoon de campus.

Wat zijn volgens u de sterke punten van de opleiding? U heeft al variatie en toegankelijkheid vernoemd, maar heeft u dan nog sterke punten van de opleiding?

Ja, je wordt sowieso redelijk opgevolgd door de docenten. Ze gaan niet perse naar je toekomen als er een probleem is. Je moet er wel zelf naar toe gaan. Maar dat is die toegankelijkheid een beetje. Ook dat je veel bijleert, want dat is toch de bedoeling van verder studeren. Moest ik niets bijleren en zo dan zou ik ook gewoon nooit begonnen zijn aan een opleiding.

En heeft de opleiding volgens u zwakke punten?

Zwakke punten ... (denkt) Ja waarschijnlijk wel. (twijfelt) De **manier van lesgeven van sommige docenten** is soms wel wat moeilijk. Zoals Dominique, Engels, is soms heel moeilijk, want hij zegt heel veel in zijn lessen wat je moet kennen op het examen. Dat is op zich ook wel goed, maar ik ga bijna nooit naar die lessen, maar ja dat is gewoon Dominique.

Zijn manier van lesgeven, ligt mij ook gewoon niet waardoor ik minder geneigd bent om naar de lessen te gaan. En hij noemt telkens de afwezigheden waardoor als ik in de les dat ik mijn deels aangevallen voel, omdat het is het middelbaar niet meer. Het is niet meer verplicht in principe. We hebben er zelf voor gekozen om verder te studeren en door zoiets wordt ik wel minder gemotiveerd. Voor de rest is het soms de manier van lesgeven van bepaalde docenten. Dan is het zo wat onduidelijk. Zoals Dauwe heeft dan zo heel veel voorbeelden heeft en dan de inhoud van de cursus soms heel moeilijk uitlegt.

Ja, en hoe combineert u de studie met uw eigen bedrijf?

Moeilijk. Gewoon heel veel op kot werk ik ervoor. Soms blijf ik in het weekend op kot om door te werken. Op zich valt het allemaal wel te combineren. Soms wil ik gewoon wel dingen uitstellen. Ik probeer wel altijd mijn taak op punten op tijd in te dienen. Als het taken zijn die niet op punten staan, probeer ik het ook wel te maken, maar als ik dan denk "Oke nu wil ik even verder werken aan mijn bedrijf." Dan ga ik die taak minder snel indienen. Op zich staat dat dan toch op punten, dus maakt het ook niet te veel uit. Niet al te belangrijke lessen skip ik soms om dan verder werken. Nu ook elke woensdagavond volg ik zo workshops voor startende ondernemers en dan valt het ook perfect te combineren.

Wat doet u dan eigenlijk van eigen bedrijf?

Ik en mijn beste vriend zijn dat gestart. Ik ben wel de eigenaar, maar hij helpt. Het is eigenlijk gewoon een online kledingshop. Het heet "Don't Mind" en we staan eigenlijk voor het zelfzekere. Het willen proberen om zoveel mogelijk onzekerheid bij jongeren een beetje weg te werken. Ook een beetje een community dat jongeren naar elkaar kunnen komen, maar ook naar kunnen toekomen als het wat minder gaat. Eigenlijk ook bij bepaalde onderwerpen waar dat er nog taboe rond is of waar dat er nog zoveel problemen mee zijn meer de aandacht proberen te trekken. Zoals de LGTBQ. Er is al veel aandacht naar de LGTBQ, maar ik denk dat er ook nog altijd heel vele problemen zijn en heel veel dingen die niet geaccepteerd worden bij heel veel mensen. Ik wou daar ook mijn steentje kunnen bijdragen aan de hand van mijn bedrijf.

Is dat ook uw ideale carrière pad na het afronden dat u kan verder werken met uw eigen bedrijf?

Ik kan sowieso wel verder kunnen gaan met mijn eigen bedrijf en dat zo groot mogelijk te laten gaan. Maar ik wil dat ook wel eerder als side hussle hebben dan echt mijn full time attention, omdat ik later echt influencer en content creator wil worden. Ik ben er nu nog niet echt heel veel mee bezig, maar het is wel echt mijn droom. Toen ik 10 jaar was, was ik al bezig met mijn YouTube kanaal te starten. Ik ook al gestreamd op Twitch, maar ik denk dat ik maar 50 volgers heb wat op zich niet gemakkelijk is op Twitch. Ik ben daar nu affiliated bij, maar heb al heel lang niet gestreamd, omdat bepaalde jongens denken 'Oh Twitch is een datingsite'. Dus ik heb wel al bepaalde opmerkingen gehad dat wel heel heftig waren. Dus daar ben ik momenteel wel mee gestopt. Maar ik sowieso wel een keer opnieuw starten en ook Tiktok en Instagram proberen. Ja ik heb nog veel te doen, maar ik kijk er wel naar uit.

Heeft de opleiding volgens u bepaalde aandachtspunten nodig of bepaalde suggesties?

Nee niet direct denk ik. Soms de communicatie, maar over de rest niet echt denk ik. Het is wel redelijk goed.

Wat bedoelt u met de Communicatie?

Dat bepaalde dingen misschien soms te onduidelijk of te laat willen communiceren. Ja dat het niet duidelijk is wat we gaan zien. Bijvoorbeeld niet iedereen wist dat er vandaag een gastspreker ging komen. Het was wel een paar keer gezegd geweest, maar het stond bijvoorbeeld niet duidelijk genoeg in de agenda. Waardoor er misschien mensen verkeerd waren of het zelf niet wisten die niet in de les waren toen dat daar werd aangekondigd.

Heeft u een tip voor toekomstige studenten?

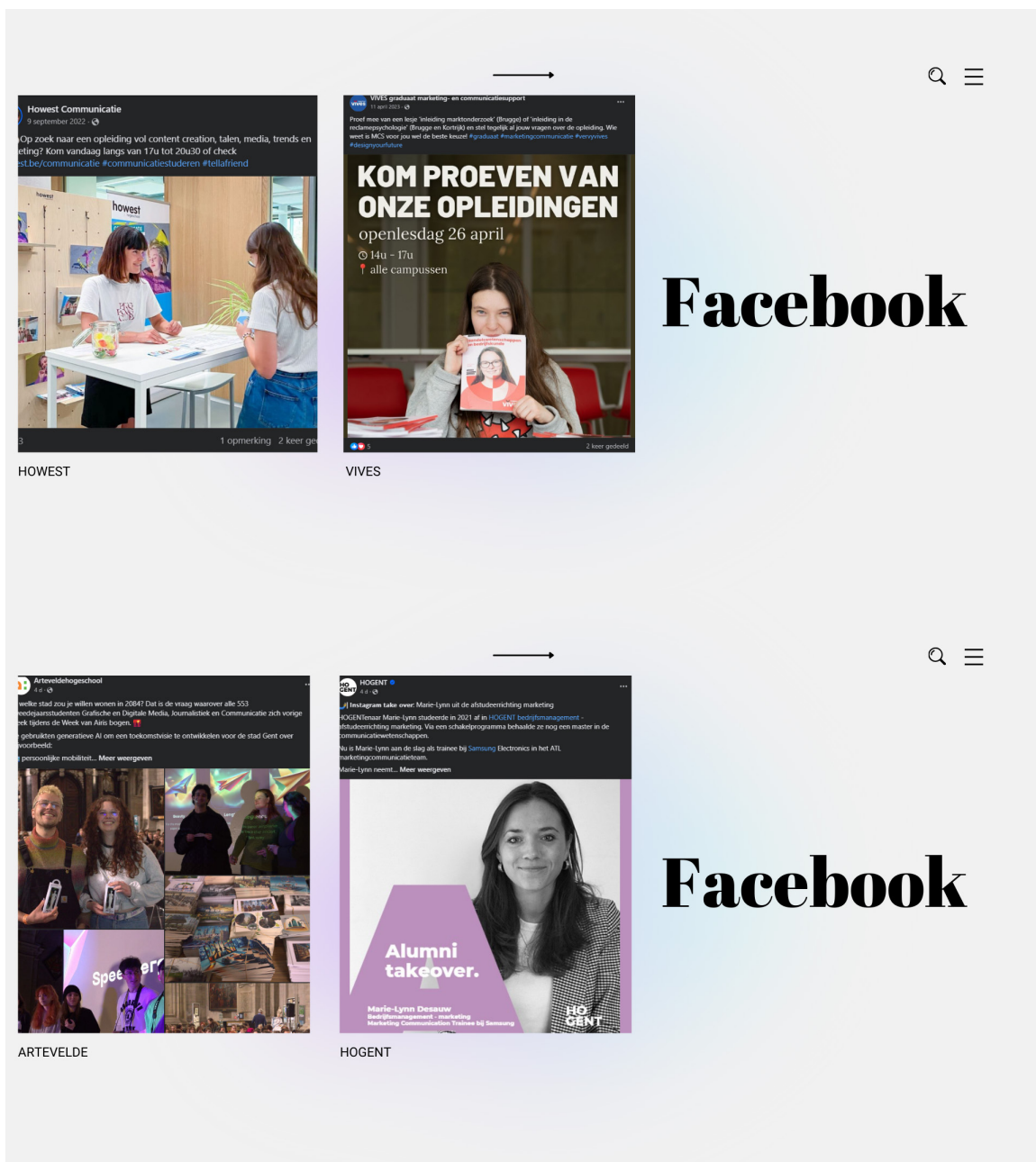
Frans goed bijhouden. Gewoon op tijd beginnen. Bij Frans in het eerste semester heb ik me goed mispakt. Dus meestal ben ik er veel meer aan bezig en ik zie dat ik ook veel beter ben geworden. Dus nu hopen dat ik daarmee ook gedelibereerd kan worden en dat ik geen herexamen moet maken. Ook al is het zo, dan is dat nog niet het grootste drama.

Voor wie is de opleiding volgens u het meest geschikt?

(denkt) Ik denk mensen die wel geïnteresseerd zijn in veel dingen, maar niet precies specifiek weten wat dat ze willen, maar dat hun interesses wel nog altijd meer gericht zijn op marketing en sociale media. Als je natuurlijk geïnteresseerd bent in games moet je misschien niet zo snel naar communicatie komen, maar gaan naar DAE. Maar ja, Ik denk gewoon als je nog heel veel twijfelt wat je wilt doen. Dat het ook wel goed kan zijn om communicatie te doen.

Nu mijn laatste vraag. Ik heb nu nog een paar postjes van de sociale media. Er zijn er van Howest, Vives, Achtervelde en HoGent. En nu de vraag aan u is: Wat vindt u van deze al van de kopie en de Visual?

Facebook:



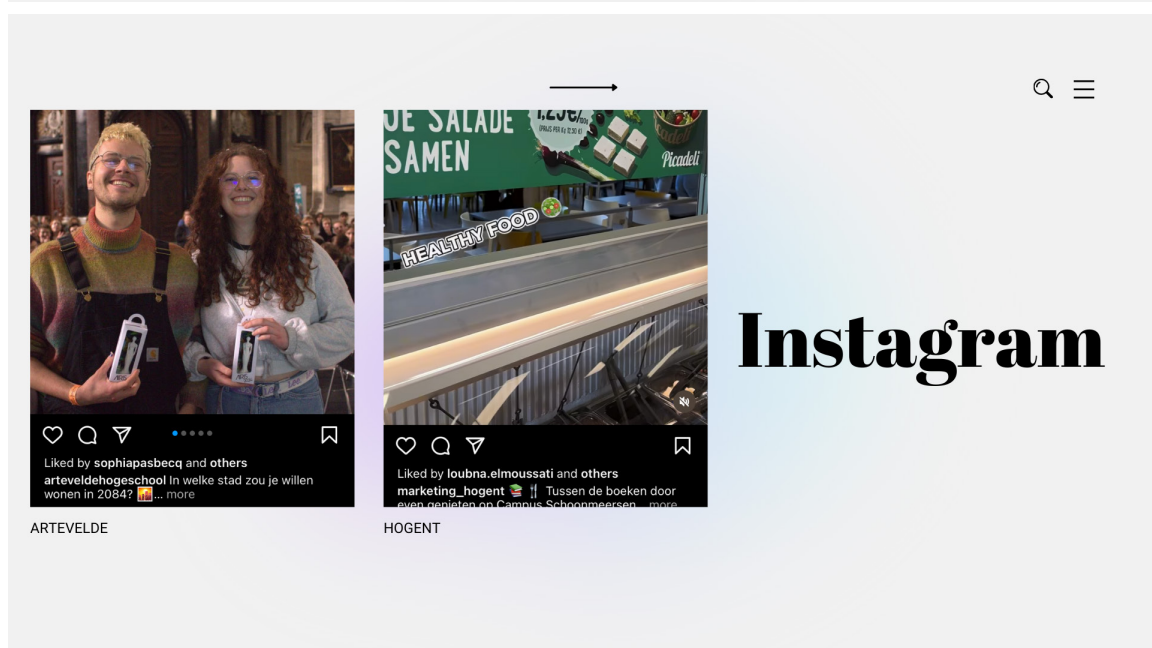
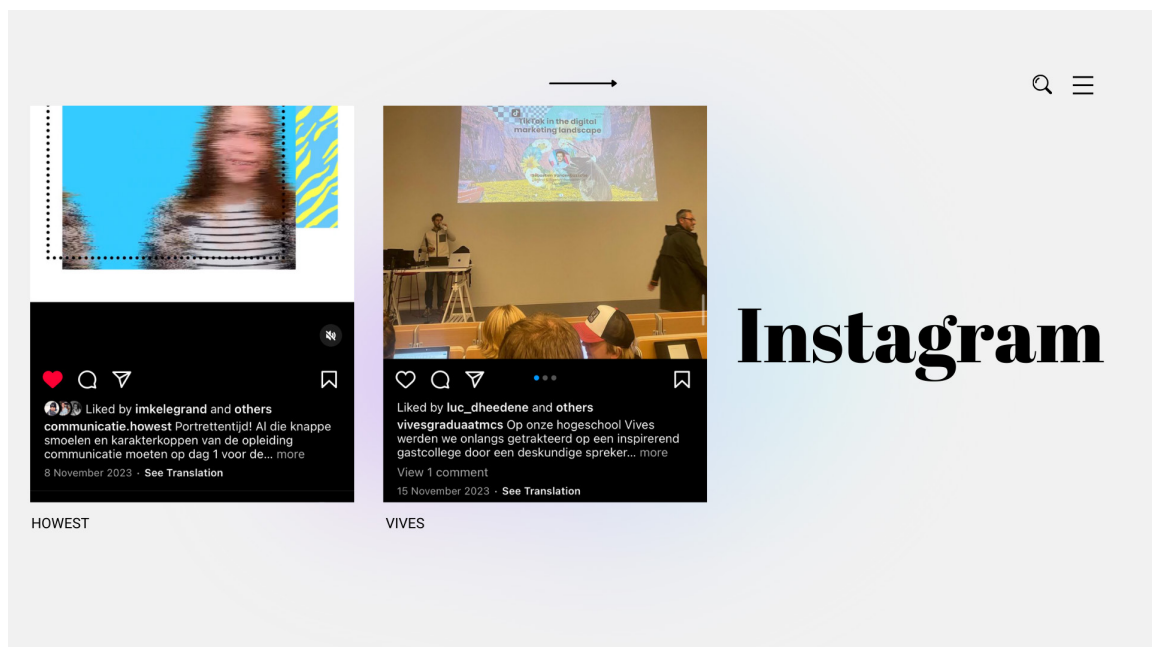
De linker (Howest) valt mij wel het meeste op. Het is zo lichter, energiever en kleurrijker. Maar bij rechts (Vives) valt de **copy** eerder op. Op zich vind ik het wel goed bij Howest dat het niet te lang is, maar die van Vives is het ook meteen **duidelijker** wanneer dat de lesdag is, hoe laat, welke module.. Dus ik denk dat dit misschien handiger zou kunnen zijn bij de post van Howest. Dat ze het meer in de picture zetten. Dat het ook wel een beetje opvalt dus niet alleen op de foto, maar ook gewoon over wat dat precies is en wat dat die foto zo belangrijk maakt.

Bij Artevelde en HoGent, valt HoGent mij ook met op. Links (Artevelde) is zo wat druk door al die foto's en door de heel verschil in kleuren en beetje stijf van foto's. Terwijl dat rechts (HoGent) wel een kalm gevoel heeft. Alhoewel rechts minder in kijkt geeft over wat er precies gedaan wordt.

Wat is voor u dan het belangrijkste dat u meer ziet wat er binnen de opleiding gebeurt of meer zo een info postje?

Een beetje een mengeling. Het is wel belangrijk om te zien wat er binnen die opleidingen gebeurt. Maar het mag ook niet te druk zijn, want als het te druk is, dan is er ook meer kans op doorscrollen.

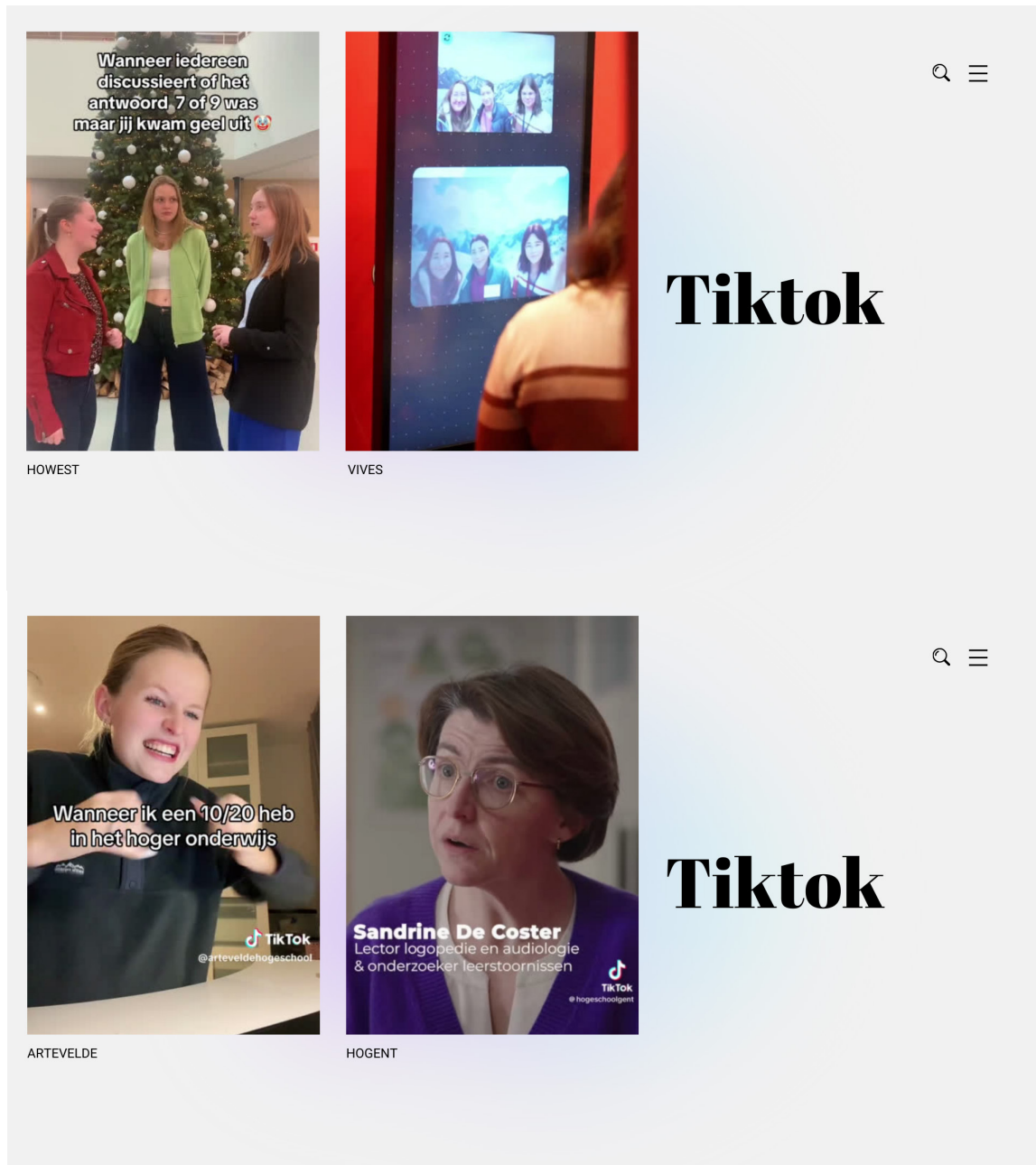
Instagram:



Links (Howest) is de copy wel aantrekkelijker. Het is wat jonger gericht. Rechts (Vives) is wat meer ouder gericht. Als student zou ik daar niet direct naar kijken.

Deze keer vind ik de copy van Artevelde wel leuk. Dat je echt een vraag krijgt waarop je kunt antwoorden. Daar krijg je ook meer engagement van. Maar rechts (HoGent) is ook wel leuk.

Tiktok:



Links (Howest) is beter qua geluid vind ik, omdat rechts (Vives) is zo heel hevig geluid. En ja links is ook gewoon heel grappig. Maar Vives geeft wel meer duidelijk wat de opleiding of wat de school is.

Ziet u dan liever zo de relatable content of meer de behind the scenes?

Ik vind het allebei wel belangrijk. Als ik natuurlijk zelf kijk, ga ik sneller gaan kijken naar de **relatable content** dan naar de inhoud. Maar als ik zoek ben naar een goede school zou ik wel eerder iets willen zien van **behind the scenes** en wat ze daar allemaal doen

Persoonlijk vind ik HoGent wel pakkend. Je ziet echt hoe ze daar op in spelen. Je ziet echt hoe ze daar op in spelen. Dat van Artevelde is natuurlijk weer de relatable content wat op zich ook wel leuk is en ik zou ook veel sneller ik denk stoppen met scrollen voor Artevelde dan echt zo een reclamefilmpje van

HoGent. Het is ook wel interessant om te zien als je bijvoorbeeld de studierichting zoekt die daar wel echt heel veel rekening mee houden als je bijvoorbeeld een leerstoornis hebt. En zelfs als je geen leerstoornis hebt, maar je ziet dat wel zou je eigenlijk ook wel denken van, dat dat een heel goede school is.

KWR – Keyword Research (Zoekwoordenonderzoek)

Communicatie	
Soorten	Zoekvolume
digitale communicatie	90
formele communicatie	10
informele communicatie	10
interpersoonlijke communicatie	110
interculturele communicatie	140
massacommunicatie	50
non verbale communicatie	720
verbale communicatie	260
zakelijke communicatie	30
Opleiding communicatie	
Scholen	
artevelde	4400
erasmus hogeschool	2900
hogent	12100
howest	6600
ku leuven	27100
pxl	14800
thomas more	14800
ugent	27100
vives	12100
Kenmerken	
content creatie	170
creatieve opleiding	140
projectwerk	50
Modules	
digitale vaardigheden	70
intercultureel	170
interpersoonlijk	170
marketingstrategieën	70
public relations	590
storytelling	1300
Richtingen	
bachelor communicatie	5
business en communication	5
communicatie	2900
communicatiesupport	20
digitale media	90
grafische en digitale media	320
international communication management	50
international graphic and digital media	30
marketingcommunicatie	90
marketing en communicatiesupport	260
Wat zoeken 18-jarigen op	
columbus test	1000
onderwijskiezer	18100
sid in	1000
studiekeuzes	50

studiekeuzetest	1000
studiekeizer	1300
studiekeizer hoger onderwijs	50
studiekeizer test	20
studierichting	880
studierichting	880
wat na het secundair	10
wat wil ik studeren	30
welke studie past bij mij	140
welke studie past bij mij test	10
welke studiekeuze past bij mij	10
welke studierichting past bij mij	320
welke studierichting past bij mij test	30
welke studies zijn er	10
welke studierichtingen zijn er	30

Google Ads Template

Responsieve ads bedrijf + onderwerp + datum		
	Campagne 1	x
	Advertentiegroep 1	x
	Advertentie 1	
URL	x	
Weergavepad	/x/x	
Kop 1 (30 tekens)		0
Kop 2 (30 tekens)		0
Kop 3 (30 tekens)		0
Kop 4 (30 tekens)		0
Kop 5 (30 tekens)		0
Kop 6 (30 tekens)		0
Kop 7 (30 tekens)		0
Kop 8 (30 tekens)		0
Kop 9 (30 tekens)		0
Kop 10 (30 tekens)		0
Kop 11 (30 tekens)		0
Kop 12 (30 tekens)		0
Kop 13 (30 tekens)		0
Kop 14 (30 tekens)		0
Kop 15 (30 tekens)		0
Kop 16 (30 tekens)		0
Kop 16 (30 tekens)		0
Kop 17 (30 tekens)		0
Kop 18 (30 tekens)		0
Kop 19 (30 tekens)		0
Kop 20 (30 tekens)		0
Beschrijving 1 (90 tekens)		0
Beschrijving 2 (90 tekens)		0
Beschrijving 3 (90 tekens)		0
Beschrijving 4 (90 tekens)		0
Ad-extensies		
Highlight-extensies (25 tekens)		
Bel-extensie		

Regio targetting		
Biedstrategie		
Dag Budget		
	Zoekwoorden	

