

Rendement koppeldocument SPL toetstermen

Rendement dekt de SPL-toetstermen van de kwalificaties die vallen onder de dossiers Commercie en Marketing, communicatie en evenementen.

Hierna ziet u voor onderstaand kennisexamen per SPL toetsterm de koppeling met de (hoofdstuk)titel van Rendement.

Dossier: **Marketing, communicatie en evenementen**

Examen: **KE3 Communicatie**

Profiel(en): P1: Medewerker marketing en communicatie, 4

P2: Medewerker evenementenorganisatie, 4

Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
Communicatie-proces (14%)	1.1	De kandidaat beschrijft of herkent het ZBMO-model en aanverwante begrippen zoals zender, ontvanger, boodschap, medium, (en)coderen, decoderen, redundantie, ruis en feedback/terugkoppeling.	Corporate communicatie	H1
	1.2	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welke communicatievorm er sprake is, zoals intrapersonlijke communicatie, interpersoonlijke communicatie, groepscommunicatie, massacommunicatie, metacommunicatie, verbale, non-verbale, intentionele, niet-intentionele, vocale, non-vocale, auditieve, visuele, formele, informele, eenzijdige, tweezijdige of meerzijdige communicatie.	Corporate communicatie	H1
	1.3	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welk selectiemechanisme(s) er sprake is: selectieve blootstelling, selectieve perceptie, selectieve interpretatie, selectieve acceptatie of selectief onthouden.	Corporate communicatie	H1
Communicatiemodellen en -theorieën (7%)	2.1	De kandidaat beschrijft of herkent communicatiemodellen zoals AIDA, DAGMAR, hoge/lage betrokkenheid, behoeftespiramide van Maslov, aspecten van de boodschap van Schultz von Thün, STARCH, VOCATIO of Customer Brand Journey.	Corporate communicatie	H1
	2.2	De kandidaat beschrijft of herkent massacommunicatietheorieën zoals stimulus-response/injectienaald-theorie, two-step en multi-step flow-theorie, kennisklooftheorie, agendasettingtheorie of uses-and-gratificationstheorie.	Corporate communicatie	H1
Strategische opties voor het communicatie-beleid (36%)	3.1	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van mission statement, corporate story, strategische kloof/gap, ist- en soll-situatie, missie, visie, identiteit, imago, reputatie, naamsbekendheid, positioneren, kernwaarde of propositie.	Corporate communicatie	H2
	3.2	De kandidaat bepaalt voor een gegeven identiteit of er sprake is van een	Corporate communicatie	H2

Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
		branded, endorsed of monolitische identiteit.		
	3.3	De kandidaat beschrijft of herkent een van de begrippen uit de corporate identity mix: gedrag, communicatie en symboliek, huisstijl, logo, woordmerk, beeldmerk, kleurgebruik of typografie.	Corporate communicatie	H6
	3.4	De kandidaat bepaalt voor een beschreven imago of er sprake is van land-, branche-, organisatie-, merk-, product- of gebruikersimago.	Corporate communicatie	H2
	3.5	De kandidaat beschrijft of herkent een van de vier vormen van positionering: informationele positionering, transformationele positionering, tweezijdige positionering of uitvoeringspositionering.	Corporate communicatie	H2
	3.6	De kandidaat beschrijft of herkent een of meer van de vier soorten communicatieconcepten: effectconcept, associatieconcept, explicatieconcept of vergelijkingsconcept.	Corporate communicatie	H5
	3.7	De kandidaat stelt vast in een gegeven situatie van welke communicatiestrategie er sprake is, zoals informeren, overtuigen, dialogiseren, formeren, online-communicatie, offline communicatie, monomediale, multimediale, crossmediale, transmediale communicatie, one-to-one-, one-to-many of many-to many-communicatiestrategie.	Corporate communicatie	H1 H2
	3.8	De kandidaat beschrijft een of meer actoren zoals stakeholders, publieksgroepen, marketing- en communicatiedoelgroepen, interne, externe en intermediaire doelgroepen, primaire en secundaire doelgroepen of persona's.	Corporate communicatie	H2
Communicatie-domeinen en	4.1	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van corporate, interne of marketingcommunicatie.	Corporate communicatie	Overall

Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
toepassingsgebieden (43%)	4.2	De kandidaat beschrijft of herkent een of meer verschijningsvormen van corporate communicatie, zoals financiële communicatie, public affairs, lobbyen, issuesmanagement, public relations, (overheids)voorlichting, crisiscommunicatie, community relations, propaganda, internationale communicatie, perscontacten of publiekscontacten.	Corporate communicatie	H4
	4.3	De kandidaat beschrijft of herkent een of meer middelen van corporate communicatie zoals free publicity, WOM, persbericht, persconferentie, persbezoek, relatiebeheer, customer media, corporate website, corporate advertising, (financieel jaarverslag), webcare of evenementen.	Corporate communicatie	H4 H5 H6
	4.4	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welke vorm van interne communicatie er sprake is: informele, formele, horizontale, verticale, top-down, bottom-up of diagonale communicatie.	Corporate communicatie	H3
	4.5	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welke cultuurdrager er sprake is, zoals waarden, normen, rituelen, helden of symbolen.	Corporate communicatie	H3
	4.6	De kandidaat beschrijft of herkent een of meer communicatieve kenmerken van leiderschapstijlen zoals autoritaire, participatieve, situationele leiderschapstijl of management-by-objectives.	Corporate communicatie	H3
	4.7	De kandidaat beschrijft of herkent een of meer soorten formele informatie, zoals taakinformatie, beleidsinformatie, motiverende informatie of HR-informatie.	Corporate communicatie	H3
	4.8	De kandidaat beschrijft of herkent een of meer interne communicatiemiddelen, zoals intranet, werkoverleg, huisorgaan, informatiebulletin, nieuwsbrief, brief, e-mail of sociale media.	Corporate communicatie	H3 H6
	4.9	De kandidaat beschrijft of herkent een of meer verschijningsvormen van		

Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
		marketingcommunicatie zoals WOM-marketing, social media, gamification, evenement, brandactivation, below-the-linecommunicatie (selectie) en above-the-linecommunicatie (massa), branding of between-the-line (through-the-line).	Corporate communicatie	H5