

### **Instroom**

De masterinstroom is in sterke mate afhankelijk van de bachelorinstroom: 88% van de IK-bachelors (gemiddelde over de periode 2002 – 2006) stroomt door naar de aansluitende masteropleiding. De dalende bachelorinstroom zal daarom gevolgen hebben voor de masterinstroom:

<b>Opleiding</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
B Informatiekunde	29	70	62	55	32	23	28

Meer dan de helft van de masterinstroom is afkomstig van het HBO (2006: 57,5 %). IS ontvangt relatief veel aanmeldingen uit het buitenland, maar het aantal toelatingen is minimaal omdat de Nederlandstalige premaster directe toegang tot de master bemoeilijkt.

Om de afhankelijkheid van de bachelorinstroom af te zwakken, dient de werving zich meer te richten op HBO-studenten. Het instroomdoel is 50 MSc-studenten.

### **Concurrentie/markt**

Concurrerende opleidingen zijn met name: de masteropleiding Information Management (UvT), Informatiekunde (UvA) en Information Science (UU). De concurrentie-analyse is gebaseerd op inhoud van het programma (wel of niet onderscheidend), lokatie, reputatie opleiding en wijze van presentatie op het web. De instroom bevestigt dit: Information Management (UvT) is de grootste opleiding met 82 studenten en wordt gevolgd door Information Science (UU) met 45 studenten. IS aan de VU is de op twee na grootste opleiding.

Omdat IS zich vnl. richt op de Nederlandse doelgroep, worden buitenlandse opleidingen niet als concurrent beschouwd.

Wat kunnen wij leren van onze concurrenten? De informatievoorziening (content web) is overzichtelijk en informatief. De sites bevatten specifieke informatie afgestemd op hbo'ers en heldere beschrijving van de opzet van de opleiding.

### **Centraal probleem**

De opleiding is in haar communicatie onvoldoende onderscheidend. Niet alleen de focus van de opleiding, ook de goede organisatie, het hoogstaand onderzoek en de nauwe samenwerking met het bedrijfsleven is niet altijd bekend bij de doelgroep.

### **Doelgroep**

- Studenten die een HBO-opleiding volgen of hebben afgerond op het gebied van:
  - Bedrijfskundige informatica
  - Communicatiesystemen
  - Computertechnieken
  - Engineering, design and innovation
  - HEAO-bedrijfsinformatica
  - Industriële automatisering
  - Informatica
  - Informatica en informatiekunde
  - Netwerk infrastructuur Design (NID)
  - HTS-Technische informatica
  - Information engineering
- VU bachelors IK/IMM
- UvA bachelors IK

### **Communicatiedoelstelling (effect)**

De doelgroep dient kennis te nemen dat Information Sciences aan de VU staat voor:

- Strakke organisatie

- Gereputeerd onderzoek op het gebied van internet en webtechnologie met kwaliteit en vernieuwing als uitgangspunt
- Toepasbaarheid van ICT op de maatschappij, dat verduidelijkt kan worden met karakteristieke voorbeelden waarin het onderzoek in terug te vinden is.
- Nauwe samenwerking met het bedrijfsleven en de voordelen die dit voor een student oplevert.

Kennisname moet leiden tot het opvragen van informatie of gesprek met de mastercoördinator. Door een efficiënte afhandeling van contactverzoeken (USP: goede organisatie) wordt de prospect overtuigd dat IS aan de VU de beste keuze is.

### **Communicatiestrategie: 'In de opleiding IS leer je hoe het web er over 5 jaar uit ziet'**

Met deze opleiding bestudeer je het nieuwste van het nieuwste op het gebied van ICT en de toepassing daarvan. Heldere voorbeelden van dit onderzoek maken deel uit van onze boodschap zoals: "De IS opleiding leert je hoe je innovatieve IT diensten ontwikkelt zoals digitale content (muziek, film, software), gepersonificeerde televisieprogramma's (zie <http://www.eindhovenstadblad.nl/edeconomie/article1278528.ece>). Deze opleiding is t.o.v. haar concurrentie 'een stap verder in de toekomst'. Als een student contact opneemt dient de goede organisatie zichtbaar en voelbaar te zijn (snelle en adequate afhandeling van informatieverzoeken en aanmeldingsformulieren).

### **Communicatie-instrumenten**

Aansluiting bij bestaande communicatie-activiteiten is wenselijk: masterbrochure, masterdag en masteravond. De doelgroep moet op verschillende momenten met verschillende media geconfronteerd worden en de optelsom daarvan is effectief. Om onze boodschap over te kunnen brengen met het gewenste effect dienen de volgende communicatiemiddelen te worden ingezet:

- Instroom bevorderen uit het buitenland: introductie Engelstalige premaster, naamswijziging overwegen
- Doorstroom vanuit IMM naar IS bevorderen
  - o het aanbieden van een IS-vak in het bachelorprogramma en daar aan gekoppeld informatie over de masteropleiding
  - o deelname aan FEW/FALW Beta-voorlichtingsmarkt voor oriëntatie op vervolgopleidingen. Uitnodiging versturen met persoonlijke adressering.
  - o contactmiddag organiseren met IS-studenten
- Online marketing
  - o Content web verbeteren: USP's zeer expliciet benadrukken, maar vooral wat de opleiding concreet inhoud met voorbeelden
  - o Google Adwords
  - o Informatie afgestemd op HBO'ers toevoegen

### ***Event 'Science meets Business'***

Event organiseren in samenwerking met bedrijfsleven. In dit event worden presentaties gegeven over nieuwe ontwikkelingen op het gebied van IS en is een ontmoetingsplaats voor bedrijfsleven, wetenschappers en studenten (carrièremarkt voor studenten (zowel bachelor- als master).

### ***Zichtbaarheid op HBO-instellingen verbeteren***

- o Deelnemen aan HBO-voorlichtings- en/of carrièredagen bij top 3 van onze belangrijkste leveranciers
- o Netwerk opbouwen en instroommogelijkheden bespreken met HBO-opleidingen (ter verbetering van aansluiting).

### ***Posters en flyer ontwikkelen voor HBO-instellingen***

Posters ontwikkelen om de zichtbaarheid te vergroten van IS op HBO-instellingen. De posters worden op HBO-instellingen, faculteiten en afdelingen die aansluitende bacheloropleidingen aanbieden opgehangen.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.