

Academiejaar 2009-2010



Programmagids

Master in de meertalige communicatie

Master Meertalige Communicatie

Opleidingsonderdeel	Groep	Stp.	Semester	Deeltijds
Interculturele communicatie in de profit- en non-profitsector	Wetenschappelijk kader	6	1 + 2	/
Masterproef	Masterproef	18	1	/
Bedrijfseconomie	Wetenschappelijk kader	6	1	/
Interne en externe communicatie	Wetenschappelijk kader	6	1	/
Nederlands Reviseren en formuleren	Nederlands	3	1 + 2	/
Nederlands Tekstontwerp	Nederlands	3	1 + 2	/
Nederlands Interne communicatie	Nederlands	6	1 + 2	/
Nederlands Externe communicatie	Nederlands	6	1 + 2	/
Engels Interne communicatie	Engels	6	1 + 2	/
Engels Externe communicatie	Engels	6	1 + 2	/
Frans Interne communicatie	Frans	6	1 + 2	/
Frans Externe communicatie	Frans	6	1 + 2	/
Duits Interne communicatie	Duits	6	1 + 2	/
Duits Externe communicatie	Duits	6	1 + 2	/
Spaans Externe en interne communicatie	Spaans	6	1 + 2	/
Italiaans Marketingcommunicatie en Interne communicatie	Italiaans	6	1 + 2	/
Russisch Marketingcommunicatie en voorlichting	Russisch	6	1 + 2	/
Marketingcommunicatie		6	2	/
Consumer Behavior		6	1	/
Duits Vertaalatelier: Economische en politieke teksten	Duits	6	1 + 2	/
Frans Vertaalatelier: Zakelijk en technisch vertalen	Frans	6	1 + 2	/
Russisch Vertaalatelier: Technisch en economisch vertalen	Russisch	6	1	/
Spaans Vertaalatelier: Vertalen voor overheid en bedrijf	Spaans	6	1 + 2	/
Hongaars Vertaalatelier: Economisch en zakelijk vertalen	Hongaars	6	1 + 2	/
Arabisch Vertaalatelier: Vertalen voor bedrijf	Arabisch	6	1 + 2	/
Observatiestage in een organisatie 1	Keuzevakken	6	2	/
Observatiestage in een organisatie 1	Keuzevakken	6	2	/

Studiecontract

De master in de Meertalige Communicatie is één van de vier vervolgoopleidingen van de bachelor in de Toegepaste Taalkunde. De opleiding bouwt voort op een vooropleiding waarin een grondige beheersing van het Nederlands en twee vreemde talen centraal staat. Door een flexibel studieprogramma staat de opleiding ook open voor studenten met een minder taalkundige vooropleiding of belangstelling. De meertaligheid vormt het belangrijkste uitgangspunt van de opleiding. Tegelijk wordt die meertaligheid gezien als een middel tot communicatie: talenkennis gaat immers verder dan de kennis van grammatica en het lexicon. De studie van het taalgebruik wordt ingebed in de institutionele, professionele en multiculturele context van overheid en bedrijf.

De opleiding sluit aan bij die benaderingen in de toegepaste linguïstiek die taal in een zakelijke context bestuderen, zoals discourse analysis, tekstwetenschap, sociolinguïstiek, etnolinguïstiek en genreanalyse. Het academische karakter van de opleiding bestaat in het gebruik en verder ontwikkelen van methodologische en theoretische inzichten uit de toegepaste linguïstiek. Naast die academische oriëntatie is er ook de nadrukkelijke gerichtheid op het beroepsveld en op een meertaligheid van hoog niveau.

De opleiding is gericht op het vormen van communicatiedeskundigen op het terrein van communicatieadvies, communicatiemanagement, personeelsbeleid, voorlichting en reclame, training en opleiding.

Interculturele communicatie in de profit- en non-profitsector

Code: MC1oIntComPNP

Groep: Wetenschappelijk kader

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Maryns Katrijn, Thierens Shanna, Van De Mieroop Dorien

Coördinator: Van De Mieroop Dorien

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Interculturele communicatie: praktische toepassingen
- Interculturele communicatie: theoretische benaderingen

Inhoud

1. Interculturele communicatie: theoretische benaderingen

De cursus bespreekt de belangrijkste theorieën over cultuurverschillen, zowel op breed communicatief als op pragmatisch niveau. De studenten krijgen inzicht in de communicatieve consequenties van de cultuurverschillen.

2. Interculturele communicatie: praktische toepassingen

In deze onderwijsactiviteit wordt specifiek ingegaan op de mogelijke toepassingen van onderzoek in het domein van de interculturele communicatie. Hiervoor wordt in de eerste plaats basisinformatie gegeven over experimenteel onderzoek en kwantitatieve analyses. In het tweede deel van de cursus worden de studenten begeleid bij het opzetten van een kleinschalig eigen onderzoek in het veld van de interculturele communicatie.

Module 1

In eerste instantie worden een aantal aandachtspunten bij het opstellen en verwerken van enquêtes gegeven. Aspecten zoals het belang van en het peilen naar voorkennis, de pretest en redundantie in de vragen worden besproken.

Vervolgens worden de fundamentele van de statistische toetsing uitgelegd. In dit onderdeel komen zowel descriptieve maten aan bod, als de verschillende meetniveaus en de implicaties hiervan voor de analyses.

In het derde deel wordt een selectie gemaakt uit veel voorkomende statistische toetsen (correlatie, t-toets, ANOVA, eventueel ook de non-parametrische tegenhangers van deze toetsen, betrouwbaarheidstoetsen...). Deze worden niet alleen theoretisch behandeld, maar ook praktisch aangepakt via het dataverwerkingsprogramma SPSS.

Module 2

De studenten zetten in groepsverband een onderzoek op. Ze doorlopen hiervoor de volgende stappen:

- literatuurstudie maken
- onderzoeksvraag opstellen
- methode bepalen
- data verzamelen
- analyses uitvoeren
- onderzoeksverslag schrijven
- presentatie van het onderzoek

Doelstellingen

Beschrijving

- De studenten verwerven inzicht in de problematiek van de interculturele communicatie.
- De studenten zijn in staat de verschillende theorieën kritisch te evalueren en af te zetten tegen elkaar.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Interculturele communicatie: theoretische benaderingen: materiaal op Toledo
Interculturele communicatie: praktische toepassingen: syllabus + materiaal op Toledo

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- paper/verslag
- presentatie

2e examenperiode (juni)

Interculturele communicatie: theoretische benaderingen: examen

Interculturele communicatie: praktische toepassingen:

- paper (30 000 à 40 000 tekens): 75% van de punten
- mondelinge presentatie van het onderzoek (15 minuten): 25% van de punten

3e examenperiode (augustus/september)

Interculturele communicatie: theoretische benaderingen: examen

Interculturele communicatie: praktische toepassingen: herwerking van de paper

Begeleiding

De docenten zijn beschikbaar tijdens na afspraak.

Masterproef

Code: MC1oMP
Groep: Masterproef
Studiepunten: 18
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 1
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Gillaerts Paul
Coördinator: Gillaerts Paul

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Masterproef

Inhoud

De masterproef is het werkstuk waarmee de student de masteropleiding voltooit en blijkt geeft van een analytisch, synthetisch en probleemoplossend vermogen. Het werkstuk weerspiegelt de onderzoeksingesteldheid van de student en is een eerste product van zelfstandig uitgevoerd wetenschappelijk onderzoek. De student toont aan dat hij individueel in staat is primaire en secundaire bronnen kritisch te analyseren en de gebruikte onderzoeksmethodologie te verantwoorden.

Doelstellingen

Beschrijving

De masterproef moet de studenten aanspreken op hun analytisch en synthetisch vermogen en op hun capaciteit om tot een zelfstandige probleemoplossing op academisch niveau te komen. Uit de eindrapportering moet de onderzoeksingesteldheid van de studenten blijken. De studenten moeten tevens aantonen dat zij de verzamelde informatie en de verkregen resultaten hebben geïnterpreteerd op grond van wat relevant is voor de vraagstelling.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT2oAVComWet - Communicatiewetenschap II (streng)
- of
- TT2oAVVertTWe - Vertaal- en tolkwetenschap II (streng)

Competenties

De basiscompetenties voor het wetenschappelijk schrijven zoals die zijn verworven via de BA-paper: het formuleren van een onderzoeksvraag, het aanbrenge van een structuur en het gebruik van een methode, het gebruik van referenties en de hantering van een academische stijl.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

niet van toepassing

Aanbevolen leermiddelen

niet van toepassing

Werkvormen

Omschrijving

De masterproef kan individueel of in groep worden gemaakt. Bij groepswork moet duidelijk omschreven worden welke student voor welk deel inhoudelijk verantwoordelijk is, zodat een individuele beoordeling mogelijk is.

Evaluatie

Types

- Andere: meesterproef

1e examenperiode (januari)

geen

2e examenperiode (juni)

Bij de beoordeling van de masterproef worden zowel proces als product in rekening genomen. De beoordelingscriteria en de toepassing ervan zijn voor de student transparant. Daartoe stelt het departement een beoordelingsrooster op. Dat beoordelingsrooster bevat een beperkt schriftelijk rapport en vormt een hulpmiddel bij het geven van feedback aan de student. De studenten stellen hun masterproef mondeling voor aan de leden van hun beoordelingscommissie. De evaluatie bestaat uit 4 examencijfers, telkens op 20 punten, waarvan er 2 door de promotor en 1 door elke lector worden toegekend. De leden van de commissie hanteren het beoordelingsrooster om hun cijfer te beargumenteren.

3e examenperiode (augustus/september)

Bij de beoordeling van de masterproef worden zowel proces als product in rekening genomen. De beoordelingscriteria en de toepassing ervan zijn voor de student transparant. Daartoe stelt het departement een beoordelingsrooster op. Dat beoordelingsrooster bevat een beperkt schriftelijk rapport en vormt een hulpmiddel bij het geven van feedback aan de student. De studenten stellen hun masterproef mondeling voor aan de leden van hun beoordelingscommissie. De evaluatie bestaat uit 4 examencijfers, telkens op 20 punten, waarvan er 2 door de promotor en 1 door elke lector worden toegekend. De leden van de commissie hanteren het beoordelingsrooster om hun cijfer te beargumenteren.

Examencontract

Bij de beoordeling van de masterproef worden zowel proces als product in rekening genomen. De beoordelingscriteria en de toepassing ervan zijn voor de student transparant. Daartoe stelt het departement een beoordelingsrooster op. Dat beoordelingsrooster bevat een beperkt schriftelijk rapport en vormt een hulpmiddel bij het geven van feedback aan de student. De studenten stellen hun masterproef mondeling voor aan de leden van hun beoordelingscommissie. De evaluatie bestaat uit 4 examencijfers, telkens op 20 punten, waarvan er 2 door de promotor en 1 door elke lector worden toegekend. De leden van de commissie hanteren het beoordelingsrooster om hun cijfer te beargumenteren.

Begeleiding

De toewijzing van de onderwerpen is de verantwoordelijkheid van de individuele docent. De onderwerpen worden uiterlijk één week voor het begin van het academiejaar bekendgemaakt. De student kan steeds zelf een onderwerp voorstellen. De student registreert zelf tijdig het onderwerp van de masterproef aan de hand van een onderzoeksvoorstel met de te behandelen probleemstelling en legt dat voor aan de promotor. Na goedkeuring van het onderzoeksvoorstel kan de student deze onderwerpskeuze enkel na gemotiveerde aanvraag en met goedkeuring van het departementshoofd wijzigen. De begeleiding van de masterproef gebeurt in principe individueel. Studenten die een verwant thema behandelen, kunnen ook gezamenlijk worden begeleid. De promotor en de student trachten het onderwerp van bij de aanvang goed te omschrijven en gaan de haalbaarheid van het onderzoek na. Bij de aanvaarding van het onderwerp maken ze ondermeer concrete afspraken over de begeleiding en het tijdsschema aan de hand van een stappenplan. De begeleiding bestaat uit het verlenen van adviezen, niet uit het reviseren van het eindproduct, waarvoor de student zelf verantwoordelijk is. Op een vastgestelde dag op het einde van het eerste semester houden de studenten verplicht een korte presentatie van 20 minuten waarin zij kort hun onderwerp schetsen, de onderzoeksvraag (of vragen) formuleren, en aangeven hoe zij te werk willen gaan. Zij geven ook aan welke literatuur zij hebben doorgenomen of van plan zijn door te nemen. 10 à 15 minuten gaat naar de eigenlijke presentatie, de rest van de tijd gaat naar vragen en commentaren van het publiek dat bestaat uit andere MA-studenten en docenten, die suggesties doen om het onderzoek in goede banen te leiden.

Bedrijfseconomie

Code: MC1oBedrEc
Groep: Wetenschappelijk kader
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 1
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Benijts Tim
Coördinator: Benijts Tim

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Bedrijfseconomie

Inhoud

'Bedrijfseconomie' richt zich op studenten die een leidinggevende positie of managementpositie in de handel, industrie of bij de overheid gaan vervullen. In 'bedrijfseconomie' verkennen we zowel de interne werking van bedrijven als de impact van de economische omgeving op het bedrijfsleven.

De volgende thema's komen aan bod: (1) De bedrijfscontext: situering en inleidende concepten, (2) Bedrijfsdoelstellingen en -middelen, (3) Het bedrijf als organisatie: leiderschap, management en bedrijfsorganisatie, (4) Bedrijfsstrategie, (5) Resultaatbeoordeling, (6) Functionele bedrijfsdomeinen: bedrijfsactiviteiten en waardecreatie, planning, controle, financiële activiteiten, commerciële activiteiten, onderzoek en ontwikkeling en personeelsmanagement, (7) Topics in management: veranderingsmanagement, productietechnologie en outsourcing, (8) Rol van de overheid in de economie: doelstellingen en instrumenten van economisch beleid en (9) Een blik achter de schermen: hoe ontstaat beleid en zijn beleidskeuzen te verklaren?.

Doelstellingen

Beschrijving

De competenties worden in onderstaande tabellen toegelicht.

Vereiste voorkennis

Competenties

Er is geen specifieke voorkennis noodzakelijk.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

De volgende leermiddelen maken integraal deel uit van dit opleidingsonderdeel:
Handboek: Houthoofd, N. (2005) Bedrijfsmanagement: de essentie, Academia Press, 143 blz.
Slides
Teksten uit de actualiteit die door de docent tijdens het academiejaar ter beschikking zullen worden gesteld.

Aanbevolen leermiddelen

Er zijn geen specifieke, optionele leermiddelen.

Werkvormen

Omschrijving

Het cursusmateriaal wordt tijdens de colleges uitgelegd en geïllustreerd met gevalstudies. De slides worden voor aanvang van de colleges aan de studenten ter beschikking gesteld.

Evaluatie

Types

- Andere: Mondeling en schriftelijk examen

1e examenperiode (januari)

Mondeling (5 punten) en schriftelijk examen (15 punten). Tijdens het schriftelijk examen worden één vraag of meerdere vragen mondeling toegelicht. Het betreft een geslotenboekexamen.

2e examenperiode (juni)

Vermits het examen georganiseerd wordt in de eerste examenperiode, is er geen examen tijdens de tweede examenperiode.

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk (15 punten) en mondeling examen (5 punten). Tijdens het schriftelijk examen worden één vraag of meerdere vragen mondeling toegelicht. Het betreft een geslotenboekexamen.

Examencontract

Schriftelijk (15 punten) en mondeling examen (5 punten). Tijdens het schriftelijk examen worden één vraag of meerdere vragen mondeling toegelicht. Het betreft een geslotenboekexamen.

Begeleiding

Er kunnen vragen worden gesteld voor, tijdens en na de colleges. Er wordt ook gebruik gemaakt van de interactieve leeromgeving Toledo. Docent is bereikbaar via tim.benijts@lessius.eu.

Interne en externe communicatie

Code: MC1oIntExCom

Groep: Wetenschappelijk kader

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Dieltjens Sylvain, Heynderickx Priscilla

Coördinator: Dieltjens Sylvain

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Interne en externe communicatie

Inhoud

Het vak biedt een uitgebreide beschrijving van communicatie in het algemeen en interne en externe bedrijfscommunicatie in het bijzonder. Daarvoor worden er referentiewerken als die van o.a. Van Putte, Reijnders, Dieltjens en De Pelsmacker gebruikt. Zo verwerven de studenten een referentiekader en een terminologie die ze kunnen hanteren bij (a) het interpreteren van communicatie, (b) het duiden van communicatie, en (c) het communiceren over organisationele en bedrijfscommunicatieve onderwerpen. Om de theorie aan de praktijk te toetsen behandelen we verschillende tekstsoorten en communicatievormen (overheidscommunicatie, publiciteit, debriefings, personeelsadvertenties, redactionele artikelen, distributiebladen, instructies, bedrijfsfilms, enzovoort). Door voorbeelden van zulke teksten te analyseren en door zelf teksten te (her)schrijven leren studenten ook wat de functie van communicatiedeskundige bij een organisatie en van bedrijfsjournalist inhoudt. De reader bevat een waaier aan referenties over interne en externe communicatie, die de studenten bij de taalspecifieke vakken en de masterproef kunnen gebruiken. Enkele gastsprekers zorgen voor concrete input vanuit het werkveld.

Doelstellingen

Beschrijving

De studenten maken zowel theoretisch als praktisch kennis met organisatietypes en tekstgenres

Vereiste voorkennis

Competenties

De studenten hebben een goede mondelinge en schriftelijke beheersing van de schooltalen uit de MAMC.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

syllabus: Interne en Externe Communicatie
bijkomend studiemateriaal op Toledo

Aanbevolen leermiddelen

bibliografische referenties (cf. syllabus)

Werkvormen

Omschrijving

In de colleges worden theoretische modellen afgewisseld met analytische werkvormen.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

schriftelijk examen (3/4)
permanente evaluatie (opdrachten en toetsen) (1/4)

2e examenperiode (juni)

Geen evaluatie in 2e examenperiode

3e examenperiode (augustus/september)

schriftelijk examen

Examencontract

In overleg met de docenten

Begeleiding

volgens afspraak

Nederlands Reviseren en formuleren

Code: TT2oNLRevForm

Groep: Nederlands

Studiepunten: 3

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Nee

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Gillaerts Paul, Heynderickx Priscilla, Vanderstraeten Veerle

Coördinator: Heynderickx Priscilla

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Nederlands Reviseren en formuleren

Inhoud

De colleges bestaan uit een inleiding over de problematiek van normering, een overzicht van lexicale en syntactische problemen bij het schrijven van teksten, een korte behandeling van de Nederlandse spellingregels, een kritische bespreking van de belangrijkste leesbaarheidsproblemen in teksten en oefeningen waarin de theoretische inzichten op concreet tekstmateriaal worden toegepast.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oNLTaalk - Nederlands Taalkunde 1 (soepel)
- TT1oNLTaaltv - Nederlands Taalvaardigheid (soepel)

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

- 1) handboek: Gillaerts, P. & Heynderickx, P. (2008). De knikkers van het spel. Antwerpen/Apeldoorn: Garant. 2) oefeningenbundel (Toledo)

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

2e examenperiode (juni)

schriftelijk examen: theorie + oefeningen

3e examenperiode (augustus/september)

schriftelijk examen: theorie + oefeningen

Begeleiding

tijdens de les en volgens afspraak

Nederlands Tekstontwerp

Code: TT2oNLtxtOntw

Groep: Nederlands

Studiepunten: 3

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Nee

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: De Valck katrien, Reynders Anne, Vanderstraeten Veerle

Coördinator: Reynders Anne

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Nederlands Tekstontwerp

Inhoud

In een eerste fase worden bestaande teksten kritisch gelezen en besproken. Daarbij worden structuur- en stijkenmerken van diverse tekstsoorten belicht en wordt aandacht besteed aan de functie die teksten in hun context vervullen. Vervolgens oefenen de studenten in het samenvatten en herschrijven van bestaande teksten. Ten slotte leren ze eigen teksten te ontwerpen en uit te schrijven. Het is de bedoeling dat de studenten het schrijfproces bewust doorlopen en met de concrete communicatiesituatie rekening houden.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oNLtaalk - Nederlands Taalkunde 1 (soepel)
- TT1oNLtaalu - Nederlands Taalvaardigheid (soepel)

Competenties

Het vak is gericht op moedertaalsprekers van het Nederlands die al enige ervaring hebben in het schrijven van teksten.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

- eigen syllabus
- H. van Belle & A. Reynders, Functioneel en strategisch schrijven, Acco, 2004.

Werkvormen

Omschrijving

De studenten worden tweewekelijks in kleine groepen begeleid bij het analyseren van tekststructuren, het maken van samenvattingen en het schrijven van eigen teksten.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

2e examenperiode (juni)

Het examen bestaat uit het schrijven van een nieuwe, eigen tekst.

3e examenperiode (augustus/september)

Het examen bestaat uit het schrijven van een nieuwe, eigen tekst.

Examencontract

Het examen bestaat uit het schrijven van een nieuwe, eigen tekst. Het handboek is uiterst geschikt voor zelfstudie.

Begeleiding

De studenten krijgen regelmatig huiswerk mee. De correctie daarvan gebeurt met behulp van een uitgebreid en nauwkeurig codesysteem. Alle opdrachten worden in de discussieseminaries grondig voorbereid en besproken.

Nederlands Interne communicatie

Code: MC1oNEIntCom
Groep: Nederlands
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Nee
Deeltijds: /
Semester: 1 + 2
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Heynderickx Priscilla
Coördinator: Heynderickx Priscilla

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Nederlands Interne communicatie

Inhoud

(1) Academische component Elke student verzamelt een eigen corpus internecommunicatieteksten van één bedrijf en krijgt één onderzoeksthema (+ een basisartikel) toegewezen. Hij zoekt extra literatuur en past het thema op zijn eigen corpusmateriaal toe. Hij presenteert zijn resultaten aan de hele groep en schrijft daarover een uitgebreid verslag (na de feedback). Vervolgens passen de andere studenten dat thema toe op hun materiaal en ze schrijven een kort verslag voor hun individuele portfolio. mogelijke onderzoeksthema's: • zender- en ontvangerreferenties • formulering van instructies • ontwikkelstrategieën (2) Professionele component De studenten analyseren, reviseren en schrijven enkele tekstsoorten typisch voor IC, bijvoorbeeld memo's, interne instructies, interviews voor personeelsbladen en bedrijfsbeschrijvingen op websites. * Er valt te overwegen om hier taaloverschrijdend te werk te gaan.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

- 1) syllabus Interne en externe communicatie
- 2) materiaal op Toledo

Aanbevolen leermiddelen

zie bibliografische referenties in reader

Evaluatie

Types

- permanente evaluatie
- Andere: portfolio (met eventueel peerevaluatie)

2e examenperiode (juni)

portfolio + permanente evaluatie

3e examenperiode (augustus/september)

nieuwe portfolio OF aanvullen van portfolio OF herwerken van portfolio

Begeleiding

volgens afspraak

Nederlands Externe communicatie

Code: MC1oNEExtCom
Groep: Nederlands
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Nee
Deeltijds: /
Semester: 1 + 2
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Gillaerts Paul
Coördinator: Gillaerts Paul

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Nederlands Externe communicatie

Inhoud

Inleiding tot het genreonderzoek

De cursus bestaat uit twee OA's: marketingcommunicatie en voorlichting

Binnen elke OA worden verschillende genres behandeld, zowel vanuit theoretisch standpunt als vanuit de praktijk.

Doelstellingen

Beschrijving

De studenten kunnen teksten uit de praktijk van de externe communicatie in overheid en bedrijf analyseren en zijn in staat om op grond van onderzoek gerichte verbeteradviezen te geven en zelf nieuwe teksten te schrijven. Bovendien zijn ze ook in staat om over hun onderzoek of over hun verbeteradviezen en eigen teksten te rapporteren, zowel mondeling als schriftelijk.

Vereiste voorkennis

Competenties

De studenten beschikken over een hoog niveau van taalbeheersing in de moedertaal en zijn in staat om Engelstalige wetenschappelijke literatuur te lezen en te verwerken. Ze beschikken ook over een basiskennis op het terrein van de taal- en tekstwetenschap.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

- Hoeken, H. , J. Hornikx & L. Hustinx. (2009). Overtuigende teksten. Onderzoek en ontwerp. Muiderberg: Coutinho. -
Hyland, K. (2005). Metadiscourse. London: Continuum.

Evaluatie

Types

- paper/verslag
- presentatie
- permanente evaluatie

2e examenperiode (juni)

De studenten worden beoordeeld op basis van permanente evaluatie: 50% voor hun opdrachten en 50% voor hun paper (met presentatie).

3e examenperiode (augustus/september)

De studenten schrijven een nieuwe paper in afspraak met de docent en bespreken de paper in een mondeling examen.

Begeleiding

Volgens afspraak

Engels Interne communicatie

Code: MC1oENIntCom
 Groep: Engels
 Studiepunten: 6
 Creditcontract mogelijk: Ja
 Examencontract mogelijk: Nee
 Deeltijds: /
 Semester: 1 + 2
 Onderwijstaal: Engels
 Docenten: Van den Eynden Nadine
 Coördinator: Van den Eynden Nadine

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Engels Interne communicatie

Inhoud

Interne bedrijfscommunicatie is een instrument - voornamelijk vanwege het management - dat o.a. tot doel heeft de acceptatie van het organisatiebeleid en de betrokkenheid bij de organisatie. Het heeft dus een informatieve functie zowel als een motivatiefunctie.

In dit opleidingsonderdeel besteden we in een eerste deel aandacht aan de voornaamste genres op het terrein van de interne bedrijfscommunicatie : e-mailverkeer, memo's, meetings, briefings, onderhandelingen, etc. We gaan dieper in op hun vorm, maar ook op onderzoek dat op dit gebied werd verricht.

Een waaier van verschillende topics komt aan bod; zoals building goodwill, bad-news messages, organisational narratives, communicating with co-workers, enz.

In deel 2 gaan we dieper in op sociolinguïstische thema's, zoals o.a. mannen-en vrouwentaal (cfr. de werken van Deborah Tannen en Marilyn Davidson) en de opmars van het Engels, maar dan in een bedrijfscontext.

In deel drie, tenslotte, maken we kennis met enkele interculturele aspecten van de interne bedrijfscommunicatie.

We behandelen case studies, werken met simulaties en role-play en, waar mogelijk, organiseren we ook beperkte stages binnen een (Engelstalig) bedrijf.

Aan het einde van de eerste semester bespreken we ook uitvoerig het boek 'Influence. The psychology of persuasion' van Robert Cialdini (2007).

Doelstellingen

Beschrijving

De studie van wetenschappelijke bijdragen ivm de verschillende genres en ivm onderzoek naar deze genres moet leiden tot een zin voor synthese, kritisch inzicht en analytisch denken.

Zeer specifiek verwerft de student een grondige kennis van theorie inzake interne bedrijfscommunicatie in de Angelsaksische wereld.

Mondelinge presentaties in de vreemde taal over de bestudeerde vakliteratuur maken hem vertrouwd met spreken in openbaar. Simulaties leren hem om o.a. te vergaderen en te onderhandelen in de vreemde taal.

Dmv een paper leert hij om eigen onderzoek op te zetten, uitgaande van relevante onderzoeksvragen. Bovendien dient hij die paper te schrijven in de vreemde taal met een perfecte beheersing van het academische register

Aan het einde van het academiejaar moet de student in staat zijn om zelf de verschillende genres te produceren (hij kan memo's, notulen en bad-news messages opstellen, e-mails op een professionele manier, vergaderen, onderhandelen, mondelinge presentaties geven etc.). Maar ook is hij op de hoogte van onderzoek op dat gebied en is hij in staat om zelf een onderzoeksbijdrage te leveren.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oENSVJLTek - Engels Schrijven en vertalen: journalistieke en literaire teksten (soepel)
- TT1oENSVWTek - Engels Schrijven en vertalen: wetenschappelijke teksten (soepel)
- TT1oENSVZWTek - Engels Schrijven en vertalen: zakelijke teksten (soepel)

- TT3oENMondTaal - Engels Mondelinge taalvaardigheid 3 (soepel)

Competenties

Niveau C1 CECR

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Syllabus van de docent, getiteld '*Internal Organisational Communication*'. Vol. I. en Vol. II.
Cialdini, Robert (2007) : *Influence. The psychology of persuasion*. NY : Collins.

Werkvormen

Omschrijving

Presentaties tijdens de colleges, discussiegroepen, groepswork, simulaties, role-play. Ook individueel werk.

Evaluatie

Types

- paper/verslag
- presentatie
- Andere: + wekelijkse aanwezigheid en kritische inbreng tijdens de colleges.

2e examenperiode (juni)

Deadline paper (ca. 12 blz, exclusief corpus en bibliografie) 30 maart 2010. Topics vermeld in syllabus en op Toledo.
Eigen suggesties vd studenten welkom. Paper telt voor 50% vh eindcijfer, permanente evaluatie eveneens voor 50%.

3e examenperiode (augustus/september)

Mondeling examen ivm de geziene leerstof + paper

Begeleiding

Docent staat ter beschikking van de studenten ; tijdens de colleges, tijdens de spreekuren en per email. Aan het begin vh academiejaar wordt er ook op gewezen dat slaagcijfer niet mogelijk is zonder a) het wekelijks bijwonen van de colleges, b) het lezen en voorbereiden van alle artikels, c) een kritische inbreng tijdens die colleges, d) mondelinge presentaties, en e) taken en paper.

Engels Externe communicatie

Code: MC1oENExtCom
Groep: Engels
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Nee
Deeltijds: /
Semester: 1 + 2
Onderwijstaal: Engels, Nederlands
Docenten: Verplaetse Heidi
Coördinator: Verplaetse Heidi

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Engels Externe communicatie

Inhoud

Onderwijsactiviteit (OA) Voorlichting

De studenten verwerken eerst relevante wetenschappelijke literatuur. Verschillende artikels worden door deelgroepjes gepresenteerd voor de volledige groep studenten. Daarbij dient de groep studenten kritische vragen te stellen om zo een discussie op gang te brengen. De vragen worden vooraf ingediend bij de docent. Deze eerste fase wordt voorafgegaan door een theoretische introductie door de docent.

In een tweede fase bereiden de studenten een kleine voorlichtingscampagne voor rond een bepaald onderwerp van maatschappelijk belang. Voorbeelden zijn hier verschillende aspecten van gezondheidsvoorlichting (bijvoorbeeld het overmatig gebruik van antibiotica, of kankerpreventie), aspecten van milieuvriendelijk energieverbruik, enz., of van bepaalde situaties die een vorm van crisiscommunicatie vereisen.

Een introductie terzake door een expert uit de beroepspraktijk leidt deze tweede fase in, indien mogelijk. Op dergelijke externe expertise wordt ook een beroep gedaan voor feedback en evaluatie van de voorlichtingscampagnes die de studenten voorbereiden.

Onderwijsactiviteit (OA) Marketing communicatie

De studenten verwerken eerst relevante wetenschappelijke literatuur. Verschillende artikels worden door deelgroepjes gepresenteerd voor de volledige groep studenten. Daarbij dient de groep studenten kritische vragen te stellen om zo een discussie op gang te brengen. De vragen worden vooraf ingediend bij de docent. Deze eerste fase wordt voorafgegaan door een theoretische introductie door de docent.

In een tweede fase bereiden de studenten een marketingcampagne (presentatie, logo, flyers ...) voor.

Een introductie terzake door een expert uit de beroepspraktijk leidt deze tweede fase in indien mogelijk. Op dergelijke externe expertise wordt ook een beroep gedaan voor feedback en evaluatie van de marketingcampagnes die de studenten voorbereiden.

Doelstellingen

Beschrijving

Onderwijsactiviteit (OA) Voorlichting

De student / afgestudeerde heeft enerzijds wetenschappelijk onderbouwde inzichten verworven met betrekking tot het type van externe communicatie dat voorlichting van een breder publiek als doel heeft. Dit omvat inzichten met betrekking tot de doeltreffendheid van verschillende communicatietechnieken en -kanalen. Anderzijds is de student / afgestudeerde op basis van deze inzichten in staat om rond aangelegenheden van maatschappelijk belang in teamverband doeltreffend te communiceren met een breder publiek.

Onderwijsactiviteit (OA) Marketing communicatie

De student / afgestudeerde heeft enerzijds wetenschappelijk onderbouwde inzichten verworven met betrekking tot de doelen van marketing, als vorm van externe communicatie. Dit omvat inzichten met betrekking tot de doeltreffendheid van verschillende communicatietechnieken en -kanalen. Anderzijds is de student / afgestudeerde op basis van deze inzichten in staat in teamverband doeltreffend te communiceren over een bepaald product, brand of bedrijfsimago met bepaalde doelpublieken.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oENSJLTek - Engels Schrijven en vertalen: journalistieke en literaire teksten (soepel)
- TT1oENSVWTek - Engels Schrijven en vertalen: wetenschappelijke teksten (soepel)
- TT1oENSZVWTek - Engels Schrijven en vertalen: zakelijke teksten (soepel)
- TT3oENMondTaal - Engels Mondelinge taalvaardigheid 3 (soepel)

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Een leesbundel met relevante wetenschappelijke artikels.

Bestaande voorlichtingscampagnes op basis van verschillende mogelijke communicatiekanalen (of beschikbare delen ervan), m.n. ter voorbereiding van de communicatiecampagne die de studenten zelfstandig uitvoeren.

Een leesbundel met relevante wetenschappelijke artikels.

Bestaande reclamecampagnes op basis van verschillende mogelijke communicatiekanalen (of beschikbare delen ervan), m.n. ter voorbereiding van de reclamecampagne die de studenten zelfstandig uitvoeren.

Werkvormen

Omschrijving

Hoorcollege / (werkcollege): beperkt tot de introductieles van respectievelijk de eerste en tweede fasen (tweede fase: *gastcollege*)

(cf. hierboven: *Inhoud*).

(Begeleide) zelfstudie en *seminaries*: kritisch verwerken van de geselecteerde wetenschappelijke artikels ter voorbereiding van de *studentenpresentaties* hieromtrent, gevolgd door interactie en groepsdiscussie tussen docent en studenten.

Workshops: voorbereiding door de studenten in teamverband van eigen voorlichtingscampagne/marketingcampagne met presentatie voor de volledige groep.

Evaluatie

Types

- paper/verslag
- presentatie
- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

Niet van toepassing: de evaluatie van de opdrachten uit eerste semester maakt deel uit van de eindbeoordeling op het einde van het tweede semester.

2e examenperiode (juni)

Voorlichting : 50%

Permanente evaluatie enerzijds van de presentaties (en vraagstellingen) op basis van de wetenschappelijke artikels (cf. hierboven) en anderzijds van de eigen voorlichtingscampagnes met bijhorende presentaties en rapport. Eventueel kunnen voor beide onderdelen beperkte geschreven taken toegevoegd worden: (i) een kritische vergelijking en samenvatting van verschillende artikels rond gelijkaardige onderwerpen (in plaats van een mondelinge presentatie), (ii) een kritisch rapport over de voorlichtingscampagne door de overige studenten die toehoren en –zien (of deels lezen). Deze aanvullingen (i en ii) worden desgevallend voor een beperkter aandeel geïncorporeerd in de direct bovenvermelde theoretische en praktische permanente evaluatie.

Marketing : 50%

Permanente evaluatie enerzijds van de presentaties (en vraagstellingen) op basis van de wetenschappelijke artikels (cf. hierboven) en anderzijds evaluatie van de eigen marketingscampagnes en bijhorende presentaties. Voor beide onderdelen kunnen geschreven taken toegevoegd worden: (i) een kritische vergelijking en samenvatting van verschillende artikels rond gelijkaardige onderwerpen (in plaats van een mondelinge presentatie), (ii) een kritisch rapport over de voorlichtingscampagne door de overige studenten die toehoren en –zien (of deels lezen).

3e examenperiode (augustus/september)

Wie niet slaagt, wordt verzocht om voor het begin van de zomervakantie contact op te nemen met de docent, zodat een regeling getroffen kan worden voor de tweede zitting (paper).

Begeleiding

De docent is onmiddellijk na de colleges/workshops, tijdens de spreekuren en per mail bereikbaar.

Frans Interne communicatie

Code: MC1oFRIntCom
Groep: Frans
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Nee
Deeltijds: /
Semester: 1 + 2
Onderwijstaal: Frans, Nederlands
Docenten: Dieltjens Sylvain
Coördinator: Dieltjens Sylvain

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Frans Interne communicatie

Inhoud

Academische vaardigheden: De student verzamelt een eigen corpus tweetalige teksten (interne communicatie) eventueel van het bedrijf waar hij gedurende een week een observatiestage loopt. Hij stelt een portfolio samen met bedrijfspresentatie, glossarium en onderzoeksresultaten van een of meer geanalyseerde (contrastieve of interculturele) aspecten. Die onderzoeksresultaten worden aan de groep voorgesteld en nadien besproken. Samenwerking met het vak Interne communicatie Nederlands is mogelijk. Mogelijke onderzoeksthema's: • Aansprekingen en formules • Formulering van instructies • Ontwikstrategieën • Wij-gebruik Professionele vaardigheden De student maakt zelfstandig en in groep oefeningen op de verschillende vaardigheden (productief & receptief) die in de bedrijfscontext van hem normaliter verwacht worden, met name op het vlak van mondelinge en geschreven discoursen. De studenten leren voorbereid en onvoorbereid over bepaalde bedrijfsonderwerpen in het Frans te communiceren.

Doelstellingen

Beschrijving

- Studenten kunnen verschillende taalregisters (bijv. formeel versus informeel) in een bedrijfscontext herkennen en hanteren.
- Studenten zijn in staat om vlot Franstalige collega's te verstaan en met hen doelmatig in verschillende bedrijfssituaties te communiceren (bijv. briefings, retroplanning).
- Studenten kunnen zakelijke communicatie (met name brieven en mails) op een gepaste wijze in het Frans produceren of omzetten.
- Studenten kunnen Franstalige interne documenten produceren of herschrijven in gespecialiseerde registers en voor bepaalde doelgroepen in het bedrijf.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oFRTAnSV - Frans Tekstanalyse en schrijfvaardigheid (soepel)
- TT1oFRVertNF - Frans Vertalen N-F (soepel)
- TT3oFRMondTaal - Frans Mondelinge taalvaardigheid 3 (soepel)

Competenties

Niveau C1 CECR

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

reader syllabus van het algemene vak Externe en interne communicatie

Aanbevolen leermiddelen

Bibliografische referenties aangepast aan elk onderzoeksthema

Werkvormen

Omschrijving

werkcollege waarin studenten oefeningen maken en o.a. hun onderzoeksresultaten voorstellen en bespreken

Evaluatie

Types

- permanente evaluatie
- Andere: portfolio

1e examenperiode (januari)

geen

2e examenperiode (juni)

permanente evaluatie en portfolio

3e examenperiode (augustus/september)

portfolio

Examencontract

Niet mogelijk

Begeleiding

Volgens afspraak

Frans Externe communicatie

Code: MC1oFRExtCom
 Groep: Frans
 Studiepunten: 6
 Creditcontract mogelijk: Ja
 Examencontract mogelijk: Nee
 Deeltijds: /
 Semester: 1 + 2
 Onderwijstaal: Frans, Nederlands
 Docenten: Marneffe Monique
 Coördinator: Marneffe Monique

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Frans Externe communicatie

Inhoud

Inhoud
 Marketingcommunicatie

- De studenten nemen deel aan "klassieke taal oefeningen" en leren de verworven strategieën te vervolmaken in zelfstudie (leesvaardigheid / luistervaardigheid / schrijfvaardigheid / lexicon...) De studie van het taalgebruik wordt ingebed in professionele context van overheid en bedrijf.
- De studenten wenden hun vaardigheden aan om contacten te kunnen hebben met de Franstalige (twee-of - meertalige) bedrijven of bureaus
- De studenten verwerken wetenschappelijke literatuur. Op basis van hun lectuur zetten de studenten een onderzoek naar de reclamemarkt op (case study). Het onderzoek wordt mondeling voorgesteld en de toehorende studenten worden uitgenodigd om kritische vragen te stellen opdat een kort debat plaats kan vinden.
- Daarna volgt een schriftelijke synthese waarin de student zijn corpus, bronnen, methodologie en analyse verwerkt, alsook de vragen en antwoorden tijdens het gehouden debat.

Voorlichting

- De docent stelt methodologische en theoretische data voor (semiotisch veld : . De studenten kiezen voor een concreet thema (informatiecampagne / semiotiek en webdesign...). Ze stellen hun analyse voor en de toehorende studenten worden uitgenodigd om kritische vragen te stellen opdat een kort debat plaats kan vinden.
- Daarna volgt een schriftelijke synthese waarin de student zijn corpus, bronnen, methodologie en analyse verwerkt, alsook de vragen en antwoorden tijdens het gehouden debat.

Doelstellingen

Beschrijving

Marketing Communicatie en Voorlichting

De studenten hebben wetenschappelijk onderbouwde inzichten verworven met betrekking tot de doeltreffendheid van verschillende communicatietechnieken en - kanalen.

Op basis van deze inzichten zijn de studenten in staat in teamverband doeltreffend te communiceren met een breder publiek.

Ze kunnen externe com documenten analyseren / produceren of herschrijven in gespecialiseerde registers en voor bepaalde doelgroepen.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oFRTAnSV - Frans Tekstanalyse en schrijfvaardigheid (soepel)
- TT1oFRVertNF - Frans Vertalen N-F (soepel)

Hij levert hiervan een schriftelijke synthese waarin hij beide artikelen vergelijkt en de overeenkomsten en verschillen analyseert tussen beide. (25%)

Begeleiding

Studenten krijgen begeleiding en feed back tijdens de colleges. Voor specifieke problemen kunnen studenten steeds terecht bij hun lesgever.

Duits Interne communicatie

Code: MC1oDUIntCom

Groep: Duits

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Nee

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Duits, Nederlands

Docenten: Meex Birgitta

Coördinator: Meex Birgitta

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Duits Interne communicatie

Inhoud

In dit vak verwerven de studenten inzicht in de organisatie van de interne communicatie in de Duitstalige wereld. Na een korte kennismaking met de structuur en organisatie van een onderneming en de belangrijkste communicatiemediën in een bedrijf of organisatie verdiepen de studenten zich in de materie via literatuuropdrachten, productieve en receptieve taken, rollenspelen, analyses van authentiek materiaal en presentaties. Er is aandacht voor zowel academische als professionele aspecten van communicatie alsook voor een inbedding in de bedrijfseconomische context. De studenten ontvangen een tijdsplan voor hun opdrachten bij het begin van het academiejaar.

Voor hun portfolio en presentatie-opdrachten voeren de studenten zelf een beperkt onderzoek uit dat o.a. de volgende stappen omvat:

1. De studenten *documenteren* zich uitvoerig over een Duitstalig bedrijf (dit kan het bedrijf zijn waar zij stage lopen);
2. Zij stellen het bedrijf in een mondelinge *bedrijfspresentatie* aan hun medestudenten voor;
3. Zij *contacteren* het bedrijf in kwestie met het verzoek om informatie;
4. Op grond van de verkregen informatie stellen zij een *tekstencorpus* met internecommunicatiedocumenten samen;
5. Zij werken vervolgens – steeds in overleg met de docent – een *onderzoeksthema* uit: zij nemen relevante literatuur door en analyseren hun materiaal volgens een gepaste onderzoeksmethode;
6. Zij synthetiseren hun onderzoeksbevindingen, informatie, kennis en inzichten in een mondelinge *rapportage* aan hun medestudenten en hanteren daarvoor de gepaste registers en terminologie.

Dit onderzoek sluit waar mogelijk aan bij het eigen onderzoek van de docent op het vlak van de interne communicatie en toegepaste taalkunde.

Tenslotte kunnen de studenten voordrachten door gastsprekers beluisteren en bij voldoende belangstelling ook aan een studie-uitstap met o.a. bedrijfsbezoek deelnemen.

Doelstellingen

Beschrijving

1. De studenten kunnen taal- en denkstrategieën ontwikkelen in functie van specifieke professionele situaties.
2. Zij beheersen en analyseren de genres en het taalgebruik eigen aan organisaties: zinstypes, woordgebruik, aanspreekvormen, taalhandelingen, conceptuele metaforen, ...
3. Zij kunnen een bedrijfspresentatie houden, kennen de conventies inzake brief- en emailverkeer, small talk en sollicitatie alsook de belangrijkste onderhandelings- en vergadertechnieken en zijn vertrouwd met het gebruik van hulpmiddelen.
4. Zij zijn in staat om een eigen onderzoek op te zetten en daarover mondeling te rapporteren.
5. Zij volgen de (Duitstalige) actualiteit op en kunnen daarover mondeling rapporteren.
6. Zij optimaliseren hun taalvaardigheid en breiden hun taalrepertoire uit.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oDUInfTek - Duits Informatieve teksten (soepel)
- TT1oDULETek - Duits Literaire-essayistische teksten (soepel)

- TT3oDUMondTaal - Duits Mondelinge taalvaardigheid 3 (soepel)

Competenties

CEFR-niveau C1

Leermiddelen

Aanbevolen leermiddelen

De docent stelt literatuur ter beschikking die verder kan worden aangevuld in functie van het specifieke (onderzoeks) thema. De studenten raadplegen boeken, artikels, internetsites, interne documenten, audiovisueel materiaal, enz.

Werkvormen

Omschrijving

De studenten worden uitgenodigd tot zelfstandig en actief leren en maken efficiënt gebruik van alle beschikbare informatie- en communicatiekanalen.

Evaluatie

Types

- presentatie
- permanente evaluatie
- Andere: portfolio

2e examenperiode (juni)

Permanente evaluatie van presentatie- & schrijfoopdrachten en portfolio. Zowel academische als professionele competenties worden beoordeeld. De weging van de verschillende opdrachten is afhankelijk van de grootte van die opdrachten. Grotere en tijdsintensieve opdrachten zoals het presenteren van onderzoeksresultaten en het samenstellen van een portfolio wegen m.a.w. zwaarder door dan kleinere en minder tijdsintensieve.

3e examenperiode (augustus/september)

Mondeling examen en portfolio. De studenten nemen contact op met de docent voor feedback en specifieke opdrachten. De weging van de verschillende opdrachten is dezelfde als in de tweede examenperiode.

Begeleiding

Intensieve begeleiding tijdens de colleges en na afspraak.
Voor alle mondelinge en schriftelijke opdrachten wordt telkens in een feedbackmoment voorzien.

Duits Externe communicatie

Code: MC1oDUExtCom

Groep: Duits

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Nee

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Duits, Nederlands

Docenten: Smorscek Andrej

Coördinator: Smorscek Andrej

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Duits Externe communicatie

Inhoud

- o aanvullen van de taalcompetentie in de moedertaal en de vreemde taal
- o kennismaking met de algemene principes van marketingcommunicatie en voorlichting
- o wetenschappelijk gefundeerde analyse en kritische evaluatie van de praktijk van de communicatie tussen bedrijf en (potentiële) klant
- o aandacht voor de verschillende aspecten van "taaloverschrijdende" communicatie
- o praktische oefeningen: schrijfoefeningen, argumentatie, gebruik communicatiekanalen...

Doelstellingen

Beschrijving

Kennis van de basisprincipes van de externe communicatie. Verdere ontwikkeling taalvaardigheid Duits en Nederlands.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oDUInfTek - Duits Informatieve teksten (soepel)
- TT1oDULETek - Duits Literaire-essayistische teksten (soepel)
- TT3oDUMondTaal - Duits Mondelinge taalvaardigheid 3 (soepel)

Competenties

Zie volgtijdelijkheid

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Worden ter beschikking gesteld door de docent.

Aanbevolen leermiddelen

Worden ter beschikking gesteld door de docent.

Werkvormen

Omschrijving

Naast een beperkt aantal algemene en/of inleidende colleges met de hele groep werken de studenten individueel of in kleine groepjes aan een reeks opdrachten: schrijfoefeningen, vertaling, communicatie-analyse, presentaties in het Nederlands en het Duits.

Evaluatie

Types

- paper/verslag
- presentatie
- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

Geen

2e examenperiode (juni)

Permanente evaluatie: ca. 8 à 10 opdrachten in de loop van het jaar. Het eindcijfer is het gemiddelde van de behaalde scores.

3e examenperiode (augustus/september)

Studenten die niet slagen in juni krijgen een aantal bijkomende opdrachten na een gesprek met de docent.

Examencontract

Examencontract niet mogelijk.

Begeleiding

Door de permanente evaluatie en het voortdurende contact met de studenten is een goede begeleiding gewaarborgd.

Spaans Externe en interne communicatie

Code: MC1oSPMCIntCom
Groep: Spaans
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Nee
Deeltijds: /
Semester: 1 + 2
Onderwijstaal: Spaans
Docenten: Delbarge Marc, Hanegreefs Hilde
Coördinator: Delbarge Marc

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Spaans Externe communicatie
- Spaans Interne communicatie

Inhoud

OA 1 eerste semester: Interne Communicatie (IC)

Steeds meer organisaties realiseren zich dat goed verlopende interne communicatie een succesfactor is voor de organisatie. Een goede interne communicatie helpt het bedrijfsgevoel stimuleren en verhoogt de betrokkenheid van de werknemer bij het functioneren van de organisatie. Het luik IC behandelt enkele vormen van mondelinge en schriftelijke verslaggeving binnen het bedrijf –zoals o.a. de e-mail, telefoongesprekken, de memo, het verslag, de nieuwsbrief, vergaderingen, presentaties, enz.–, maar besteedt eveneens aandacht aan communicatievormen die de brug slaan tussen IC en EC, zoals het sollicitatieproces (kan intern en extern gericht zijn) en het schrijven van commerciële brieven (evt. tussen geledingen van eenzelfde organisatie).

De studenten worden geconfronteerd met voorbeelddocumenten, en in de mate van het mogelijke met authentieke Spaanse documenten (wat niet altijd evident is voor IC vanwege het confidentiële karakter van deze documenten). Op die manier wordt enerzijds getracht de woordenschatkennis economisch Spaans te verrijken, en, anderzijds, een kritisch inzicht te verwerven in goede en slechte praktijken van verslaggeving. De studenten geraken vertrouwd met de voorschriften en doelstellingen van elk medium. Zo ontwikkelen de studenten professionele vaardigheden die in een bedrijfscontext normaal van hen verwacht kunnen worden.

De ontplooiing van de academische vaardigheden zal getoetst worden aan de hand van enkele simulatie-opdrachten die de student in de loop van het eerste semester moet uitvoeren. Hierbij zal de zelfredzaamheid van de student, zijn kritische zin en analytisch denkvermogen getest worden. De student leert zelfstandig of in groep toepassingen op de cursus uit te werken.

OA 2 tweede semester: Externe Communicatie (EC)

De student(e) die zich voorbereidt op de Master Meertalige Communicatie, beseft dat hij (zij) waarschijnlijk terecht komt in een bedrijf met een internationale dimensie waar meertaligheid en interculturaliteit een basisgegeven én een vertrekpunt vormen voor het bedrijfsgebeuren. Goed functioneren binnen een bedrijf en naar buiten toe betekent goed geïnformeerd zijn (kennis) alsook over voldoende taal- en communicatiecompetentie (vaardigheden) beschikken. De combinatie van een wetenschappelijk-academische aanpak met een praktische en taalkundige training op het werkelijke beroepsleven lijkt de beste voorbereiding om binnen een internationale arbeidsmarkt goed te functioneren.

In dit college zal de nadruk gelegd worden zowel op het receptieve als op het expressieve aspect van de externe communicatie, en beide uitdrukkingsvormen - de schriftelijke en de mondelinge - zullen aan bod komen. Er zal niet alleen aandacht besteed worden aan de taalkundige, maar ook aan de niet-verbale en de technische aspecten van de externe communicatie. De verwerving van specifieke woordenschat (over bedrijfsorganisatie, promotie en publiciteit, handel en transport, enz), de inoefening van idiomatische zinsstructuren en formuleringen en de interculturele communicatie (een Spaanstalig bedrijf in België of een Belgisch bedrijf in Spanje) zullen belangrijke deelaspecten vormen van de cursus. Na een inleidend gedeelte zullen volgende onderwerpen behandeld worden: meertalige en interculturele communicatie, verbale en niet-verbale communicatie, communicatietechnieken voor het individu of het bedrijf, visuele ondersteuning (Power Point, transparanten, websites,...), communicatie op basis van statistieken en/of numerieke gegevens, gesproken en geschreven communicatiemiddelen, enz. Er zal tevens de nadruk gelegd worden op het onderscheid tussen informatief en persuasief taalgebruik alsook op de verschillende contexten van externe communicatie: voorstelling van een bedrijf, verkoop van een product, publiciteit en marketing, *Public Relations* en *image-building*, uitwerking van een marketingstrategie, politieke voorlichting, toeristische promotie, verdediging van een commercieel project, enz.

Doelstellingen

Beschrijving

I. Algemene competenties

- De student beheerst de algemene competenties voorzien binnen het MA-profiel Meertalige Communicatie.

II. Wetenschappelijke en onderzoekscompetenties

- Studenten kunnen communicatieproblemen identificeren en tot een oplossing ervan bijdragen.

III. Tekst- en communicatiewetenschappelijke competenties

- Studenten zijn vertrouwd met de theorieën, de heuristiek en de terminologie in verband met interne en externe communicatie in organisaties.
- Ze zijn vertrouwd met de belangrijkste tekstsoorten en de conventies in organisaties.

IV. Communicatieve competenties

- Studenten kunnen in de gekozen talen teksten produceren of herschrijven in gespecialiseerde registers op het terrein van de interne en externe communicatie in bedrijven.
- Studenten beheersen de door hen gekozen vreemde taal op een gevorderd niveau, in het bijzonder voor gespecialiseerde registers inzake interne en externe communicatie.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oSPAVertSN - Spaans Algemene vertaling S-N (soepel)
- TT3oSPSchrTv - Spaans Schriftelijke Taalvaardigheid 3 (soepel)

Competenties

Van de studenten wordt verwacht dat ze het niveau C1 CECR hebben bereikt wat betreft receptieve en expressieve taalcompetenties, zowel qua mondeling als qua schriftelijk taalgebruik van het Spaans.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

OA1: eerste semester: Interne Communicatie

Voor het luik IC bestaat een cursus die vooral als doel heeft de student ondersteuning te bieden bij het uitvoeren van de simulatie-opdrachten. Deze cursus kan via de cursusdienst aangekocht worden. Indien nodig worden extra woordenschatlijsten via Toledo ter beschikking gesteld van de studenten.

OA2: tweede semester: Externe Communicatie

Voor het gedeelte Externe Communicatie en Marketing wordt gebruik gemaakt van een reader. Deze wetenschappelijke artikels vormen de basis voor de hoor- en werkcolleges en het vertrekpunt voor de presentaties en de papers. De reader wordt aangereikt aan de studenten via het intranet Toledo. De thematische woordenschatlijsten, de bibliografie met de aanbevolen literatuur en de schema's van bepaalde hoorcolleges worden eveneens ten dienste gesteld van de studenten via het intranet Toledo.

Werkvormen

Omschrijving

OA1: eerste semester: Interne Communicatie

Interactief hoorcollege en werkcollege, in het Spaans (2u per week). De studenten worden geacht in elk les aanwezig te zijn en actief deel te nemen aan de opdrachten en/of discussies tijdens de colleges (dit omwille van het aanzienlijke aandeel Permanente Evaluatie in de eindbeoordeling). Er zal hen geregeld gevraagd worden een deel van de materie thuis voor te bereiden (lectuur, opzoekwerk of schrijfopdracht).

OA2: tweede semester: Externe Communicatie

Dit college gaat door in het Spaans en zal een combinatie vormen van hoorcolleges (inleidend gedeelte van elke item) en werkcolleges. Tijdens deze laatste zullen de studenten actief deelnemen aan de mondelinge en schriftelijke oefeningen, hetzij in groep, hetzij als individu. De schriftelijke opdrachten (als voorbereiding op de mondelinge presentaties, als

verslag van een lezing of als autonome taak op zich) zullen gebundeld worden in een portfolio.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- paper/verslag
- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

OA1: Interne Communicatie

Het eindcijfer is een optelsom van twee onderdelen:

- Permanente evaluatie: de student krijgen punten op hun participatie in de les en de schriftelijke en mondelinge simulatie-opdrachten die zij tijdens het eerste semester dienen uit te voeren. Deze maken samen 50% uit van het eindtotaal.
- Schriftelijk examen: Aan de hand van een schriftelijk examen op het einde van het eerste semester —goed voor 50% van het eindtotaal— wordt nagegaan of de student voldoende inzicht heeft verworven in de theorieën en goede praktijken van verslaggeving in het Spaanse bedrijfsleven. Het examen test vooral de schriftelijke vaardigheden en het analytische inzicht van de student.

Voor de 2 onderwijsactiviteiten geldt dat de studenten aan beide onderwijsactiviteiten moeten deelnemen om te kunnen slagen. Indien de student zakt voor de volledige permanente evaluatie of onderdelen ervan en/of voor één van de examens van de onderwijsactiviteiten, dan zal het samengetelde totaal achter de komma naar beneden worden afgerond.

2e examenperiode (juni)

OA2: Externe Communicatie

Dit vak zal gedoceerd en geëvalueerd worden tijdens het tweede semester. De mondelinge interventies zullen beoordeeld worden via permanente evaluatie (50%). De portfolio met de geschreven documenten vormt het tweede luik van de evaluatie (50%). Er zal gepeild worden naar het wetenschappelijk inzicht, de taal- en communicatievaardigheid en de attitude van de student(e), met name zijn of haar betrokkenheid en motivatie.

3e examenperiode (augustus/september)

Tijdens de derde examenperiode worden de punten voor permanente evaluatie (zowel voor IC als EC) vervangen door een mondeling en/of schriftelijke examen.

Begeleiding

De studenten hebben tijdens de colleges steeds de gelegenheid tot het stellen van vragen of het vragen van verduidelijking. Indien zij dit wensen, kunnen de studenten altijd persoonlijk contact opnemen met de betrokken docent per e-mail: marc.delbarge@lessius.eu of hilde.hanegreefs@lessius.eu

Italiaans Marketingcommunicatie en Interne communicatie

Code: MC1oITMcIntCom
 Groep: Italiaans
 Studiepunten: 6
 Creditcontract mogelijk: Ja
 Examencontract mogelijk: Nee
 Deeltijds: /
 Semester: 1 + 2
 Onderwijstaal: Italiaans, Nederlands
 Docenten: De Nicoló Francesco, Sambre Paul
 Coördinator: Sambre Paul

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Italiaans Marketingcommunicatie en interne communicatie

Inhoud

Eerste semester: OA marketingcommunicatie.

De externe communicatie wordt afgestemd op een casus m.b.t. marketingcommunicatie, inzonderheid de marketing van het toerisme op overheidswebsites. Grosso modo bevat deze opleidingsactiviteit twee evenwaardige luiken: een theoretisch en een descriptief luik. Het theoretische luik situeert de marketingcommunicatie binnen het domein van de marketing enerzijds en dat van de semiotiek anderzijds. Vervolgens wordt dieper ingegaan op toeristische marketing en op de recente tekstwetenschappelijke benadering hiervan (globalisering versus lokaal karakter). Daarbij wordt de wetenschappelijke literatuur getoetst aan beleidsdocumenten van de Vlaamse of Italiaanse overheid m.b.t. de promotie van het eigen toerisme in het buitenland. Het descriptieve luik zoomt in op webgebonden genres van toeristische marketing. In het bijzonder wordt de situering van de doelgroep beschreven m.b.t. tijd, ruimte en enunciatieve positie. Aan de hand van dit descriptief model is de student in staat zelf analoge Italiaanse teksten te analyseren.

Tweede semester: OA interne communicatie.

Bij interne communicatie wordt vooral ingegaan op het house organ. Er wordt een geschiedenis van geschetst, de opmaak en de rubrieken die er in voorkomen. Er wordt ingegaan op de theorievorming rond functie en belang van het house organ in het moderne bedrijf. Een aantal cases worden concreter beschreven en de student zal zelf een aantal teksten die in een house organ voorkomen produceren.

Doelstellingen

Beschrijving

Dit opleidingsonderdeel beoogt een gespecialiseerde inleiding tot enkele aspecten van de marketing- en interne communicatie in het Italiaans.

I. De student beheerst de algemene competenties voorzien binnen het MA-profiel meertalige communicatie.

II De student geeft in het Italiaans blijk van zelfstandig analytisch inzicht, van wetenschappelijke vaardigheden en onderzoeksvaardigheden. In het bijzonder is hij in staat in het Italiaans te rapporteren over onderzoek.

III De student is in staat enkele Italiaanse benaderingen en bouwstenen van externe en interne communicatie te situeren binnen de ruimere internationale onderzoekscontext binnen de tekst- en communicatiewetenschap enerzijds, en deze voor het Italiaans anderzijds.

V De student ontwikkelt, op basis van zijn theoretische achtergrond, communicatieve vaardigheden. Wij richten ons in eerste orde op het geschreven Italiaans.

Kerncompetentie IV blijft binnen dit opleidingsonderdeel buiten beschouwing.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oITSVIWTek - Italiaans Schrijven en vertalen: informatief-wetenschappelijke teksten (soepel)
- TT1oITSVMC - Italiaans Schrijven en vertalen: media en cultuur (soepel)

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Aan de studenten worden voor het deel externe communicatie digitale bestanden uitgedeeld met scans van alle verplichte lectuur. Verder verloopt communicatie volledig via Toledo.

Aanbevolen leermiddelen

Voor het luik marketingcommunicatie is er een sterke upgrade gebeurd in de departementsbibliotheek. Een lijst hiervan wordt ter beschikking gesteld van de studenten.

Werkvormen

Omschrijving

Van de student worden voortdurende zelfwerkzaamheid en voorbereidende opdrachten verwacht, met name voor lectuuropdrachten en tekstanalyses. Voor het luik externe/marketingcommunicatie verzorgen de studenten occasioneel een presentatie.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- Andere: portfolio

1e examenperiode (januari)

Voor dit OO geldt de volgende verdeling: externe communicatie 50%, interne communicatie 50%.
Voor het luik externe communicatie is er een schriftelijk openboekexamen, met (1) een of meerdere vragen over de theorie en (2) een tekstanalyse, en (3) een persoonlijke case over een Italiaans tekstproduct externe communicatie in de toeristische sector. Van (1) en (2) wordt voordien een reeks inzichtsragen bezorgd. De studenten mogen een schematisch modelantwoord meebrengen naar het examen dat zij ook in teamwork kunnen voorbereiden, zo wordt de dialoog tussen studenten aangewakkerd. Dit schrijven zij dan op het examen verder uit in het Italiaans. Voor de case onder (3) doen de studenten twee zaken, op in het totaal 2 à 3 A4-bladen: zij leveren enerzijds een analyse van dit tekstproduct op basis van de bestudeerde theorie en anderzijds formuleren zij een beperkte set praktische aanbevelingen ter verbetering van dit communicatieproduct. Deze case dienen zij in uiterlijk op de dag van het examen. De studenten presenteren tijdens het laatste college externe communicatie mondeling kort de stand van zaken rond hun case *in progress*. Deze presentatie is verplicht, maar maakt niet expliciet deel uit van de evaluatie.

2e examenperiode (juni)

Voor het luik interne communicatie : portfolio van door de student geschreven teksten, bevattende contrastieve analyses, geschreven teksten en/of vertaalde teksten.

3e examenperiode (augustus/september)

Zoals hierboven vermeld voor elk van de OA's.
Voor de OA marketingcommunicatie kan de casestudy van de mini-paper bewaard blijven. Deze moet echter wel, liefst in herwerkte vorm, opnieuw worden ingediend op de dag van het schriftelijk openboekexamen.
Voor de OA interne communicatie geldt volgende regeling. Het in 2EP ingediende portfolio dient in een herwerkte versie één week voor begin van 3EP zowel op papier als in een elektronische versie ingediend te worden. Over de herwerkingsmodaliteiten wordt beslist in een gesprek tussen lesgever en student.

Examencontract

Een examencontract is voor dit opleidingsonderdeel niet mogelijk

Begeleiding

De docenten beantwoorden graag vragen tijdens hun spreekuur, bij voorkeur na afspraak per e-mail.

Russisch Marketingcommunicatie en voorlichting

Code: MC1oRUMCVrl

Groep: Russisch

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Nee

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Nederlands, Russisch

Docenten: Novitskaja Olga, Ronin Vladimir

Coördinator: Novitskaja Olga

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Russisch Marketingcommunicatie en voorlichting

Inhoud

Onderwijsactiviteit (OA) Marketingscommunicatie
Marketing en reclame (O. Novitskaja)

Reclame in Rusland door de eeuwen heen. Het gebruik van de psychoanalyse en onbewuste verlangens van de consument. Het gebruik van bekende muziek, personages uit bekende literaire werken, gevleugelde woorden enz. in de reclame. Analyse van de reclame. Interculturele vergelijkende studie van de reclame in Rusland en België (of een ander Europees land). Invloed van de mentaliteit van de mensen op de reclame.

Marketing in Rusland van vandaag. Hoe slaagt u erin om in de communicatiejungle uw boodschap bij de Russische consument te laten doordringen?

Achter vrijwel elk product en elke dienst schuilt niet alleen een zorgvuldig uitgekende marketingstrategie maar ook weloverwogen afgestemde communicatieactiviteiten. De student leert de basisbegrippen, eigen aan de commerciële strategie.

Onderwijsactiviteit (OA) Voorlichting
Overheidscommunicatie en beeldvorming (V. Ronin)

De studenten maken grondig kennis met de federale structuur van Rusland. Ze vinden en analyseren een aantal teksten en ander materiaal waarin de overheid een bepaalde provincie voorstelt aan (1) toeristen en (2) investeerders. Hierbij wordt veel aandacht besteed aan de manier waarop de troeven van de regio worden uitgespeeld: de sterke en zwakke punten van zo'n presentatie worden door de studenten beredeneerd geëvalueerd. Er kan ook worden vergeleken hoe verschillende provincies reclame maken voor zichzelf.

Er wordt verder uitgebreid besproken in hoeverre de beeldvorming over een bepaalde regio door de Russische overheid al dan niet geschikt is voor westerlingen: (1) toeristen en (2) investeerders. Hier komen allerlei interculturele aspecten aan bod. De studenten kunnen bovendien in deze zin hun Russisch materiaal vergelijken met Belgische promotieteksten over een streek of provincie in België. Daarna maken de studenten zelf een presentatie voor één Russische provincie door een tekst te schrijven die wel aangepast is aan de verwachtingen en behoeftes van mensen uit het Westen.

Doelstellingen

Beschrijving

Aan de hand van de aangereikte teksten en de door de docent samengestelde syllabus en andere leermiddelen moeten de studenten een overzicht verkrijgen van de belangrijkste principes en methodes van het onderzoek naar de reclamemarkt en de overheidscommunicatie in Rusland. De studenten moeten in staat zijn om informatie te verzamelen, te verwerken en te beoordelen.

De studenten moeten in staat zijn in een meertalige context communicatieproblemen te identificeren en tot een oplossing ervan bij te dragen.

De studenten moeten in staat zijn een mondelinge presentatie te houden met behulp van moderne audiovisuele hulpmiddelen.

De studenten moeten in staat zijn op een adequate en wetenschappelijke wijze onderzoekswerk te verrichten binnen het arsenaal van moderne mediavormen, zowel in bibliotheken als op het internet. Een goede methodiek bij het zoeken naar informatie is immers onontbeerlijk als men een zakelijk rapport moet schrijven.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oRUAVertNRT - Russisch Algemene vertaling N-R en tekstanalyse (soepel)

- TT1oRUAVertRNT - Russisch Algemene vertaling R-N en tekstanalyse (soepel)

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Marketingscommunicatie

- Franzen, G. (1992). Hoe reclame echt werkt. Deventer: Kluwer
- Geraščenko, L. (2006). Psichologija reklamy. Moskva: AST

Voorlichting

- Ronin V. (1999). Regiony Rossii. Antwerpen: Benerus
- De Groot, P. (1999). Panorama op toerisme: handboek toerisme management in een internationaal perspectief. Leuven: Garant
- Kotler, Ph. e.a. (1999). Marketing for hospitality and tourism. New York: Prentice Hall
- Borejko T. Rossija gostepriimnaja (www.tpnews.ru/page.php?pageid=732311042356942&mag=304082612100975&chap=304082614100991&item=304082614100992&) - Regiony Rossii (www.avp.travel.ru/RUS.htm)

Werkvormen

Omschrijving

Werkcollege, begeleidde zelfstandige studie, mondelinge en schriftelijke opdrachten (Marketingscommunicatie) en een afsluitende schrijfopdracht (Voorlichting)

Evaluatie

Types

- paper/verslag
- permanente evaluatie

2e examenperiode (juni)

OA Marketingcommunicatie (50%): permanente evaluatie: twee mondelinge en twee schriftelijke opdrachten
OA Voorlichting (50%): een afsluitende schriftelijke opdracht
Om te slagen voor het hele OO (Marketingcommunicatie + Voorlichting) moet de student voor beide OA's slagen

3e examenperiode (augustus/september)

De student die niet slaagt voor een OA neemt in de eerste zitting contact op met de docent i.v.m. de modaliteiten voor de tweede zitting.

Examencontract

Paper/verslag. Mondeling examen.

Begeleiding

De lesgever houdt zich voor, tijdens en na de colleges beschikbaar voor bijkomende uitleg.
De studenten zijn welkom tijdens het wekelijkse spreekuur van de docent (zie Toledo), bij voorkeur na afspraak per e-mail.

Marketingcommunicatie

Code: MM1oMComm

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Lagae Wim, Verckens Jan Pieter

Coördinator: Lagae Wim

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Marketingcommunicatie

Inhoud

Bedoeling van dit opleidingsonderdeel is om recente ontwikkelingen in het domein van de promotie of marketingcommunicatie aca demisch te situeren. Na een voorstelling van geïntegreerde communicatie is er een analyse van doelen en doelgroepen. Vervolgens wordt de segmentatie- en positioneringsproblematiek geanalyseerd. Er is een diepgaande analyse van de verschillen de instrumenten van geïntegreerde marketingcommunicatie (Public Relations, Public Affairs, Crisiscommunicatie, Sponsoring, Reclame (en effectiviteit) , Sales promotions, ...) en mediakanalen, ook aan de hand van cases en geïntegreerde praktijklezingen. De ultieme klemtoon ligt op de situering van communicatie met de markt, waarbij de laatste gedeelte finieerd wordt in termen van afnemers (vooral B2C en ook B2B).

INHOUD (overal Wim Lagae, tenzij JPV (=Jan Pieter Verckens))

1. Geïntegreerde communicatie

Externe communicatie (corporate communicatie)

Interne communicatie (ondernemingscommunicatie/ corporate) (JPV)

De communicatiemix

Integratie van marketing- en ondernemingscommunicatie

Kansen en belemmeringen voor geïntegreerde communicatie

2. Strategie van marketingcommunicatie

Opbouwen van merkwaarde

Werking van marketingcommunicatie

Doelgroepen

Doelstellingen

Budgetten

3. Instrumenten van marketingcommunicatie

Reclame

Sponsoring

PR

Hospitality en relatiemarketing (WL)

Persbenadering (JPV)

Winkelpuntcommunicatie

4. Crossculturele communicatie (JPV)

Dimensies van cultuur (Hofstede)

Crossculturele marketingcommunicatie

5. Capita selecta in marketingcommunicatie (WL)

Databasemarketing(communicatie)

Inzetten van sponsored magazines

Business-to-business communicatie

6. Effectiviteit van communicatie (JPV)

Interne communicatie (communicatie-audit)

Externe communicatie (effectmeting)

Doelstellingen

Beschrijving

1. Inzicht hebben in de relevantie van de verschillen de theorieën binnen het vakgebied van de werking van reclame en marketingcommunicatie
2. Een grondig inzicht hebben in de samenhang tussen de doelstellingen, instrumenten en media van marketingcommunicatie en hun praktijkrelevantie

3. Data kunnen verzamelen, verwerken en interpreteren rond de effectiviteit van instrumenten van marketingcommunicatie
4. Een diepgaand inzicht hebben in processen van interne en externe communicatie

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- HW1oMark - Marketing (streng)
- of
- HWSOmark - Marketing (S) (streng)

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

CURSUSMATERIAAL (voorlopig)

De Pelsmacker, P., Geuens, M., van den Bergh, J. (2008), *Marketingcommunicatie*, Amsterdam: Pearson Education Benelux, 3d ed.

Lagae, W. (2008), *Sportcommunicatie: tactiek en techniek*, Nieuwegein, Arko Sports Media.

Selectieve bibliografie voor interne en marketingcommunicatie.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

1e examenperiode (januari)

Leeractiviteit dr. Wim Lagae (../15p.) en leeractiviteit dr. Verckens (../5p.). Het punt dat toegekend wordt is de som van het resultaat van de twee leeractiviteiten.

3e examenperiode (augustus/september)

Leeractiviteit dr. Wim Lagae (../15p.) en leeractiviteit dr. Verckens (../5p.). Het punt dat toegekend wordt is de som van het resultaat voor de 2 leeractiviteiten.

Examencontract

Idem als voor reguliere studenten.

Begeleiding

Studenten kunnen altijd persoonlijk of via e-mail problemen melden of advies krijgen.

Consumer Behavior

Code: MM1oConsGedr
Groep: /
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 1
Onderwijstaal: Engels
Docenten: Vanhouche Wouter
Coördinator: Vanhouche Wouter

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Consumer Behavior

Inhoud

This course focuses on five basic topics. Topic 1 investigates consumers' basic psychological processes. It explores how concepts like motivation, perception, memory, feelings and attitudes help us understand Consumer Behavior. Topic 2 uses knowledge acquired in topic 1 to account for how consumers make decisions. How much do consumers search and evaluate alternatives? Which criteria do they use to make their choices? How do consumers feel after making a choice? Topic 3 aims to explore the interaction between the consumer and multiple social and cultural influences. How do demographic (e.g. age, gender, race, etc.) and psycho-graphic (e.g. life style and personality) aspects bias consumer behavior? Topic 4 will devote attention to some ethical concerns of Consumer Behavior as well as to research methods whereas Topic 5 focuses on outcomes of Consumer Behavior.

Dit vak richt zijn aandacht op vijf fundamentele topics. Topic 1 onderzoekt fundamentele psychologische processen zoals motivatie, perceptie, geheugen, gevoelens en attitudes om consumenten gedrag te leren begrijpen. Topic 2 gebruikt de kennis verworven in topic 1 om te begrijpen hoe consumenten keuzes maken. Hoeveel zoeken consumenten naar verschillende alternatieven? Welke criteria gebruiken ze om een keuze te maken? Hoe voelen consumenten nadat ze een keuze gemaakt hebben? Topic 2 streeft ernaar om de interactie te exploreren tussen de consument en sociale en culturele invloeden. Hoe bepalen demografische (e.g. leeftijd, geslacht, ras) en psychografische (vb. levensstijl en persoonlijkheid) aspecten consumenten gedrag? Topic 4 besteedt aandacht aan ethische bedenken en onderzoeksmethoden terwijl Topic 5 focust op resultaten van consumentengedrag.

Doelstellingen

Beschrijving

When studying Consumer Behavior an important goal is to understand factors that influence consumers' decision making processes. When studying these factors we will also consider the impact of family, friends, reference groups and society as a whole.

Het doel van de studie naar consumentengedrag is het besluitvormingsproces rond consumptiebeslissingen te begrijpen. Hierbij wordt tevens de invloed van familie, vrienden, referentiegroepen en de maatschappij in het algemeen op de consument in kaart gebracht.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- HW1oMark - Marketing (soepel)
- of
- HWSOmark - Marketing (S) (soepel)

Competenties

"Introduction to Marketing" and "Strategic Marketing"

"Inleiding tot Marketing" en "Strategische Marketing"

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Hoyer, Wayne D. and MacInnis Deborah J. (2009), "Consumer Behavior," International Edition, 5th Edition, South-Western Cengage Learning.

Aanbevolen leermiddelen

Recommended materials will be posted on Toledo.

Aanbevolen literatuur wordt meegedeeld via Toledo.

Werkvormen

Omschrijving

During class time we will elaborate on some of the more important concepts from the textbook. We will use the usual lecture format with examples to illustrate the concepts but we will also engage in class discussions and work on in-class assignments. We may have up to three quizzes throughout the semester.

Tijdens de colleges wijden we uit over sommige belangrijke concepten uit het tekstboek. We gebruiken het lecture formaat met voorbeelden om concepten te verduidelijken maar we houden ook klass discussies en maken in-class assignments. We kunnen tot drie toetsjes hebben doorheen het semester.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- permanente evaluatie
- Andere: Group Project (oral and written presentation)

1e examenperiode (januari)

Written Exam

Group project: written and oral presentation (maximum 15% of your total grade). Group Projects will be turned in and presented before the end of the series of classes.

Schriftelijk Examen

Groepsproject: schriftelijke en mondelingen presentatie (maximum 15% van het puntentotaal). Groepsprojecten worden ingeleverd en gepresenteerd voor het einde van de lessenreeks.

3e examenperiode (augustus/september)

Written Exam

Schriftelijk Examen

Examencontract

Written Exam

Schriftelijk Examen

Begeleiding

Wouter Vanhouche can be reached at wouter.vanhouche@lessius.eu or 03/201.18.62

Wouter Vanhouche is te bereiken via wouter.vanhouche@lessius.eu of 03/201.18.62

Duits Vertaalatelier: Economische en politieke teksten

Code: VR1oDUEcPoITek

Groep: Duits

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Nee

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Duits, Nederlands

Docenten: Rochtus Dirk

Coördinator: Rochtus Dirk

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Duits Vertaalatelier: Economische en politieke teksten

Inhoud

Vertalen van Duitse journalistieke en wetenschappelijke teksten met een macro-economische en politieke inhoud (internationale en binnenlandse Duitse thematiek).

Doelstellingen

Beschrijving

Vlot tekst kunnen vertalen, vooral Duits-Nederlands, waarbij inzicht in de Duitse taal en perfecte beheersing van de Nederlandse taal nagestreefd worden.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oDUInfTek - Duits Informatieve teksten (soepel)
- TT1oDULETek - Duits Literaire-essayistische teksten (soepel)

Competenties

Belangstelling voor de Duitse politiek en macro-economie + vlotte vertaling in onberispelijk Nederlands.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Actuele teksten uit Duitse kranten en tijdschriften en wetenschappelijke analyses, bijvoorbeeld van denktanks of Stiftungen.

Aanbevolen leermiddelen

Webstek van grote kranten en tijdschriften en denktanks.

Werkvormen

Omschrijving

- _ colleges die de teksten inhoudelijk kaderen
- _ vertalen, individueel of in groep, en bespreken in groep van het resultaat.
- _ individueel reviseren van vertaling van medestudenten en in de groep toelichten.
- _ afzonderlijke bespreking van vertaling van een student(e).

Evaluatie

Types

- permanente evaluatie
- Andere: portfolio

1e examenperiode (januari)

geen

2e examenperiode (juni)

Portfolio van vertaling van twee teksten (telkens een uit de macro-economische, en uit de politieke sfeer) in te leveren bij het begin van de examenperiode (60%), zowel afgeprint als per mail.
Permanente evaluatie (40%): voorbereiding vertaling, medewerking tijdens het college en evaluatie van bepaalde vertaalde teksten.

3e examenperiode (augustus/september)

Portfolio van vertaling van twee teksten (telkens een uit de macro-economische, en uit de politieke sfeer) in te leveren bij het begin van de examenperiode (100%), zowel afgeprint als per mail.

Begeleiding

De studenten worden begeleid tijdens oefenpractica. Ook daarbuiten zijn consultatie en opvolging, o.a. via e-mail, mogelijk.

Frans Vertaalatelier: Zakelijk en technisch vertalen

Code: VR1oFRZaTeVert

Groep: Frans

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Frans, Nederlands

Docenten: Dieltjens Sylvain

Coördinator: Dieltjens Sylvain

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Frans Vertaalatelier: Zakelijk en technisch vertalen

Inhoud

Terminologie - in de ruimste zin van het woord - neemt een belangrijke plaats in, vooral wat efficiënt bronnengebruik betreft. Vermits de vertalingen commerciële opdrachten van klanten zijn, besteedt deze cursus veel aandacht aan de toegevoegde waarde in het productieproces. Registers, stijlverschillen, tekstcoherentie, trendy uitdrukkingen, originaliteit, slecht geschreven bronteksten ... Kortom, alle aspecten van professioneel vertalen komen ruim aan bod tijdens de praktische oefeningen en het uitwerken van een persoonlijk project. De studenten krijgen ook nuttige beroepsinformatie en kunnen eventueel een deel van de colleges door een stage vervangen. Teksten uit de dagelijkse vertaalpraktijk bieden de studenten een zo getrouw mogelijk beeld van wat de professionele vertaler voorgeschoteld krijgt. Dat de bronteksten dikwijls ondermaats zijn, is een ontdekking en een uitdaging. De studenten worden geconfronteerd met tal van ingrepen die aan de basis van een 'goede' vertaling liggen. Binnen onze optiek betekent dat in de eerste plaats een verkoopbaar product. Confrontatie met beroepsmensen uit de (ver)taalsector zal de studenten helpen om hun prioriteiten te stellen.

Doelstellingen

Beschrijving

De studenten leren op een autonome en pro-actieve manier professionele vertaalopdrachten tot een goed einde te brengen.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oFRTAnSV - Frans Tekstanalyse en schrijfvaardigheid (soepel)
- TT1oFRVertFN - Frans Vertalen F-N (soepel)
- TT1oFRVertNF - Frans Vertalen N-F (soepel)

Competenties

Schriftelijke taalvaardigheid 3B

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Delisle, Jean, Hannelore Lee-Jahnke en Monique C. Cormier. 2008. *Terminologie van de vertaling. Vertaald en bewerkt door Henri Bloemen en Winibert Segers*. Uitgeverij Vantilt.

Aanbevolen leermiddelen

Reader van recente publicaties via Toledo

Werkvormen

Omschrijving

Werkseminaries

Evaluatie

Types

- paper/verslag
- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

Geen

2e examenperiode (juni)

portfolio

3e examenperiode (augustus/september)

portfolio

Examencontract

Portfolio.

Begeleiding

De docent is beschikbaar voor individueel advies.

Russisch Vertaalatelier: Technisch en economisch vertalen

Code: VR1oRUTeEcVert

Groep: Russisch

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands, Russisch

Docenten: Novitskaja Olga, Van de Cruys Karen

Coördinator: Van de Cruys Karen

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Russisch Vertaalatelier: Technisch en economisch vertalen

Inhoud

- A. Russisch – Nederlands (K. Van de Cruys)
- B. Nederlands – Russisch (O. Novitskaja)

De studenten maken kennis met enkele specifieke onderwerpen binnen technische of economische context. Ze krijgen een aanbod van algemenere (bv. journalistieke) teksten tot zeer specifieke technische en economische teksten. Mogelijke onderwerpen die tijdens de colleges behandeld kunnen worden, zijn het vertalen van handleidingen, productspecificaties, beursberichten, handelscorrespondentie en andere vakspecifieke teksten. Het vertaalatelier richt zich in hoofdzaak op het vertalen van teksten, maar daarnaast ook op terminologiestudie, deontologie van het beroep, omgang met technologische en digitale hulpmiddelen voor het vertalen en de verschillende aspecten van het vertaalproces binnen de context van een vertaalbureau (timesheets opstellen, plannen, reviseren, enz.). De studenten leren snelheid halen bij het vertalen.

In het begin van het semester volgen de studenten een introductieles bij B. Suykens. Hierbij ligt de nadruk voornamelijk op de basisbegrippen uit de financieel-economische terminologie. Ook zullen de studenten een jaarrekening (met balans) bekijken en de relevante terminologie die daarin voorkomt, behandelen.

Doelstellingen

Beschrijving

Algemene Doelstellingen

De studenten moeten in staat zijn:

- zelfstandig informatie te verwerven en te verwerken
- het leervermogen, d.i. het vermogen wisselende kennisgebieden te assimileren, te ontwikkelen;
- een vertaalopdracht in haar taalkundige, vertaalkundige, heuristisch-terminologische en interculturele complexiteit te herkennen en te plaatsen;
- aangedragen oplossingen op kritische wijze in een wetenschappelijk-metaling discours te verantwoorden.

Specifieke Doelstellingen

De studenten moeten in staat zijn

- kwalitatief hoogstaand vertaalwerk af te leveren;
- dat vertaalwerk op een wetenschappelijke wijze heuristisch-terminologisch, tekstanalytisch, stijlkritisch en vertaalkundig voor te bereiden;
- die voorbereiding om te zetten in een resultaat dat argumentatief verdedigd wordt;

De studenten kunnen gespecialiseerde teksten over de behandelde thema's vertalen uit het Russisch in het Nederlands. Zij moeten minder gespecialiseerde teksten uit het Nederlands in Russisch kunnen vertalen met aandacht voor correcte grammaticale constructies. Zij kunnen de verschillende opdrachten plaatsen binnen de juiste context. Zij kunnen de geschikte terminologische keuzes maken en kunnen hierbij gebruik maken van de hulpmiddelen en bronnen die de professionele vertaler ter beschikking staat.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oRUAVertNRT - Russisch Algemene vertaling N-R en tekstanalyse (soepel)
- TT1oRUAVertRNT - Russisch Algemene vertaling R-N en tekstanalyse (soepel)

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Honselaar, W. (2002) *Groot Russisch-Nederlands Woordenboek*, Amsterdam: Pegasus.
van den Baar, A.H. (2000) *Groot Nederlands-Russisch Woordenboek*, Amsterdam: Pegasus.
Ožegov, S.I., Švedova, N.Ju. (1992) *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka*, Moskva: Az" Ltd.

Aanbevolen leermiddelen

Ronin V. (1999) , *Zdravstvujte, mister Najf! Transkripcija i sklonenie inostrannyh imjon, familij i nazvanij*, Antwerpen: KVH.

Werkvormen

Omschrijving

Werkcollege, zelfstandige verwerking van individuele opdrachten en groepswerk. Afhankelijk van de opdracht volgt een klassikale of individuele bespreking.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

40% Permanente evaluatie: opdrachten en attitude. De concrete afspraken ivm de opdrachten zijn beschikbaar op Toledo.

60% Examen: Vertaling van (een) ongeziene tekst(en) over één van de behandelde thema's. Het examen bestaat uit twee delen: Deel 1: Ru-NI (50%), Deel 2: NI-Ru (50%).

Indien men niet slaagt voor een van de evaluatieonderdelen (PE, deel examen R/N, deel examen N/R), wordt het totaal naar beneden afgerond.

3e examenperiode (augustus/september)

Het resultaat voor het onderdeel permanente evaluatie vervalt voor deze examenperiode. Het examen bestaat uit een opdracht (die het deel permanente evaluatie uit de eerste examenperiode vervangt - 40%) en een schriftelijk examen (60%). De opbouw van het schriftelijke examen is identiek aan dat van de eerste examenperiode. De concrete afspraken ivm de opdrachten zijn beschikbaar op Toledo.

Indien men niet slaagt voor een van de evaluatieonderdelen (opdracht,

deel examen R/N, deel examen N/R)
wordt het totaal naar beneden
afgerond.

Examencontract

Het examen bestaat uit een
opdracht (40%) en een schriftelijk
examen (60%). Het examen bestaat
uit twee delen: Deel 1 Ru-NI (50%
van het examen), Deel 2 NI-Ru
(50% van het examen).

Indien men niet slaagt voor een van
de evaluatieonderdelen (opdracht,
deel examen R/N, deel examen N/R)
wordt het totaal naar beneden
afgerond.

Begeleiding

Vragen kunnen worden gesteld tijdens de colleges en de contacturen, alsook op afspraak.

Spaans Vertaalatelier: Vertalen voor overheid en bedrijf

Code: VR1oSPVertOB

Groep: Spaans

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Nederlands, Spaans

Docenten: Behiels Lieve

Coördinator: Behiels Lieve

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Spaans Vertaalatelier: Vertalen voor overheid en bedrijf

Inhoud

Dit vertaalatelier vertrekt van een functionele visie op vertalen. Het verder ontwikkelen van de vertaalpraktijk staat centraal. De onderwerpen en tekstsoorten die in de colleges worden behandeld, komen ook in de 'werkelijkheid' aan bod: maatschappelijke verantwoordelijkheid van bedrijven, brouwprocessen, politieke toespraken, gratis rechtsbijstand, folders, teksten voor het web etc. De vertaalrichting is hoofdzakelijk Spaans-Nederlands. Er wordt ook aandacht besteed aan revisie.

Doelstellingen

Beschrijving

Het doel is beginnende vertalers te begeleiden in hun evolutie naar een (zelf)kritische kijk op de teksten die ze vertalen en op hun eigen vertalen en ze te laten kennis maken met relevant achtergrondmateriaal dat het vertalen van zakelijke teksten uit het Spaans kan optimaliseren. Ze leren dat achtergrondmateriaal ook zelf vinden.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oSPAVertSN - Spaans Algemene vertaling S-N (soepel)
- TT3oSPSchrTv - Spaans Schriftelijke Taalvaardigheid 3 (soepel)

Competenties

De vaardigheden en inzichten van het OA Algemene vertaling S-N (BA3) worden als verworven beschouwd: Vaardigheid in het herkennen van uiteenlopende teksttypen uit het domein van de publieksteksten; basisvaardigheid research met betrekking tot taalkundige en encyclopedische bronnen, gedrukt en digitaal; grondige kennis en vaardigheid (cf niveau moedertaal) Nederlandse taal; vaardigheid tekstverwerking (Word); vaardigheid in het interpreteren van Spaanse publieksteksten.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

De cursus *Vertalen voor overheid en bedrijf / Spaans* is verkrijgbaar via de cursusdienst van Standaard Boekhandel.

Aanbevolen leermiddelen

Een uitgebreid verklarend woordenboek, type *Diccionario de uso* van María Moliner of *Diccionario del español actual* van Manuel Seco.

Werkvormen

Omschrijving

Tijdens de colleges worden vertalingen gemaakt en gereviseerd in diverse velden en genres die aansluiten bij het thema van het werkcollege. Er worden ook terminologische opdrachten uitgevoerd. De studenten werken zowel individueel als in groep.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

geen

2e examenperiode (juni)

Tijdens het academiejaar levert de student twee vertalingen in, die meetellen voor 20% van het eindcijfer.

Op het examen wordt een tekst vertaald die representatief is voor het type teksten dat tijdens de oefencolleges aan bod is gekomen, volgens evaluatiecriteria waarmee de studenten tijdens de colleges hebben kennis gemaakt. Het examen telt mee voor 80% van het eindcijfer.

3e examenperiode (augustus/september)

Tijdens het academiejaar levert de student twee vertalingen in, die meetellen voor 20% van het eindcijfer. Er wordt slechts een cijfer toegekend voor de permanente evaluatie indien alle opdrachten zijn ingeleverd op de afgesproken tijdstippen, die bekendgemaakt worden via e-mail en tijdens de colleges; zo er opdrachten ontbreken of laattijdig worden afgeleverd, dan wordt dat beschouwd als niet-deelname en wordt geen cijfer toegekend.

Op het examen wordt een tekst vertaald die representatief is voor het type teksten dat tijdens de oefencolleges aan bod is gekomen, volgens evaluatiecriteria waarmee de studenten tijdens de colleges hebben kennis gemaakt. Het examen telt mee voor 80% van het eindcijfer.

Examencontract

Op het examen wordt een tekst vertaald die representatief is voor het type teksten dat tijdens de oefencolleges aan bod is gekomen.

Begeleiding

De docent is beschikbaar voor alle vormen van commentaar: lieve.behiels@lessius.eu

Hongaars Vertaalatelier: Economisch en zakelijk vertalen

Code: VR1oHOEcZaVert
Groep: Hongaars
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 1 + 2
Onderwijstaal: Hongaars
Docenten: Juhász Gergely
Coördinator: Juhász Gergely

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Hongaars Vertaalatelier: Economisch en zakelijk vertalen

Inhoud

Een praktijkgericht vertaalatelier waarbij typische teksten worden vertaald die een beëdigde vertaler Hongaars in de dagelijkse praktijk tegenkomt:

- Vertaling van economische en zakelijke teksten (beursnieuws, economische artikels, bedrijfsdocumenten, reclamemateriaal, aanwervingdocumenten, handleidingen etc.)
- Vertaling van diploma's, contracten, uittreksels uit het bevolkingsregister, rijbewijs, apostille, gerechtelijke documenten etc.

Doelstellingen

Beschrijving

Bovenvermelde competenties worden automatisch verweven in zowel vertaalproces als eindresultaat, zodat theorie en praktijk in elkaar overgaan. Het accent ligt natuurlijk op praktijk.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT3oHOSchrTaal - Hongaars Schriftelijke taalvaardigheid 3 (soepel)

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

- cursus: Magyar üzleti nyelvkönyv
- woordenboek

Werkvormen

Omschrijving

De studenten moeten wekelijks een tekst vertalen. Zij sturen de vertalingen via e-mail naar de docent. Tijdens de colleges worden deze met elkaar vergeleken en verbeterd.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- paper/verslag
- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

- permanente evaluatie (50%): de studenten moeten wekelijks (met uitzondering van de eerste les van het semester)

een tekst vertalen en doormailen vóór de les. Enkel de vertalingen die vóór de betreffende les zijn doorgestuurd, kunnen in aanmerking komen voor de permanente evaluatie. Elke op tijd doorgestuurde vertaling telt voor 5% van de punten.

2e examenperiode (juni)

- permanente evaluatie (50%): de studenten moeten wekelijks (met uitzondering van de eerste les van het semester) een tekst vertalen en doormailen vóór de les. Enkel de vertalingen die vóór de betreffende les zijn doorgestuurd, kunnen in aanmerking komen voor de permanente evaluatie. Elke op tijd doorgestuurde vertaling telt voor 5% van de punten.

3e examenperiode (augustus/september)

- vertaalopdracht van 10 bdz. volgens afspraak met docent (50%).
- examen (50%): schriftelijk met computer, gebruik van internet, woordenboeken etc. toegelaten.

Examencontract

- vertaalopdracht van 10 bdz. volgens afspraak met docent (50%).
- examen (50%): schriftelijk met computer, gebruik van internet, woordenboeken etc. toegelaten.

Begeleiding

Begeleiding tijdens de workshops en eventueel na afspraak (te maken via email of tijdens/na een ateliersessie)

Arabisch Vertaalatelier: Vertalen voor bedrijf

Code: VR1oARVertOB
Groep: Arabisch
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 1 + 2
Onderwijstaal: Arabisch
Docenten: Alswlaiman Abied
Coördinator: Alswlaiman Abied

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Arabisch Vertaalatelier: Vertalen voor bedrijf

Inhoud

Inhoud:

Dit vertaalatelier vertrekt van een marktgerichte visie op vertalen. Centraal staat hierin het inleiden van de studenten in de vertaalpraktijk zoals deze heden ten dage op de Belgische en internationale markt bestaat.

“Vertalen voor bedrijf” bestrijkt niet alleen de gebruikelijke statuten, huishoudelijke reglementen en documenten van het handelsregister, maar ook promotiefolders, productbeschrijving, ingrediënten en aanverwante.

Doelstellingen

Beschrijving

De studenten inleiden in de voornamste types teksten die de verschillende bedrijven kunnen produceren, alsook in de desbetreffende terminologie en typologie.

Vereiste voorkennis

Volgtijdelijkheid

- TT1oARInfTek - Arabisch Informatieve teksten (soepel)
- TT1oARJouLitT - Arabisch Journalistieke en literaire teksten (soepel)

Competenties

Zie beschrijving competenties bij bovenmelde onderwijsactiviteiten uit Bachelor 3.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Abied ALSULAIMAN, *Portofolio Bedrijfsteksten*.
Jan HOOGLAND e.a., *Woordenboek Arabisch – Nederlands*. Amsterdam, Bulaaq, 2003.
Jan HOOGLAND e.a., *Woordenboek Nederlands – Arabisch*. Amsterdam, Bulaaq, 2003.

Werkvormen

Omschrijving

Vertaalatelier.

Evaluatie

Types

- permanente evaluatie
- praktijkexamen

1e examenperiode (januari)

geen

2e examenperiode (juni)

Permanente evaluatie: (aanwezigheid tijdens de lessen en respect van het tijdsplan): 40% van het jaartotaal.

Schriftelijk examen dat uit een vertaalopdracht bestaat: 60% van het jaartotaal.

3e examenperiode (augustus/september)

Permanente evaluatie: (aanwezigheid tijdens de lessen en respect van het tijdsplan): 40% van het jaartotaal.

Schriftelijk examen dat uit een vertaalopdracht bestaat: 60% van het jaartotaal.

Begeleiding

Na afspraak met de docent worden momenten van individuele studiebegeleiding ingebouwd.

Observatiestage in een organisatie 1

Code: MC1oObsOrg1
Groep: Keuzevakken
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Nee
Deeltijds: /
Semester: 2
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Dieltjens Sylvain
Coördinator: Dieltjens Sylvain

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Observatiestage in een organisatie 1
- Observatiestage in een organisatie 2

Inhoud

Praktische afspraken Duur van de stage: 10 werkdagen (80u) Voorbereiding: 2 werkdagen (16u) Verwerking + rapportering: 6 werkdagen (48u) Voorwaarden • de studenten zoeken zelf een stagebedrijf en een stagementor • zij formuleren een of meerdere onderzoeksvragen en stellen een stage traject op eventueel ism ander(e) vak(ken) • zij rapporteren over hun onderzoeksproject via een discussieforum op Toledo • zij maken duidelijke afspraken ivm de stageplanning • de stage wordt in functie van het lesrooster gepland en mag de normale gang van zaken niet verstoren • de studenten stellen een portfolio samen - taal: Nederlands - minimum 5000 woorden zelf geschreven tekst - inhoud: voorstelling bedrijf en communicatiedienst verslag van de stagementor (formulier) rapportering van het onderzoek conclusies

Doelstellingen

Beschrijving

Academische vaardigheden • De student stelt een bedrijfsprofiel op en situeert het belang van de interne en/of externe communicatie voor het bedrijf. • Hij formuleert een of meer onderzoeksvragen en stelt een onderzoekstraject op. • Hij rapporteert over zijn onderzoekstraject in een academisch register. Professionele vaardigheden • Communicatievaardigheden bij het contacteren van de bedrijven en het maken van concrete afspraken • Technieken voor het verzamelen van informatie • Gebruik van diverse media en informatiekkanalen • Identificeren van en inwerken in een bedrijfscultuur • Professioneel gedrag (afspraken nakomen, respect tov het bedrijf en de werknemers/gevers, hulpvaardigheid, teamgeest, confidentialiteit, zin voor initiatief en ad-hoc oplossingen)

Vereiste voorkennis

Competenties

De studenten hebben het vak Interne en externe communicatie gevolgd.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

syllabus Interne en externe communicatie stagereglement

Aanbevolen leermiddelen

Reader Interne en externe communicatie

Werkvormen

Omschrijving

Werkseminarie en veldonderzoek.

Evaluatie

Types

- paper/verslag

1e examenperiode (januari)

Geen evaluatie mogelijk

2e examenperiode (juni)

Portfolio beoordeeld op: 1) volledigheid 2) inhoud 3) zorg 4) eventueel: bespreking

3e examenperiode (augustus/september)

Portfolio beoordeeld op: 1) volledigheid 2) inhoud 3) zorg 4) eventueel: bespreking

Examencontract

Op basis van stageverslag en stage-evaluatie.

Begeleiding

een groepssessie, nadien volgens afspraak

Observatiestage in een organisatie 1

Code: MC1oObsOrg1
Groep: Keuzevakken
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Nee
Deeltijds: /
Semester: 2
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Dieltjens Sylvain
Coördinator: Dieltjens Sylvain

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Observatiestage in een organisatie 1
- Observatiestage in een organisatie 2

Inhoud

Praktische afspraken Duur van de stage: 10 werkdagen (80u) Voorbereiding: 2 werkdagen (16u) Verwerking + rapportering: 6 werkdagen (48u) Voorwaarden • de studenten zoeken zelf een stagebedrijf en een stagementor • zij formuleren een of meerdere onderzoeksvragen en stellen een stagetraject op eventueel ism ander(e) vak(ken) • zij rapporteren over hun onderzoeksproject via een discussieforum op Toledo • zij maken duidelijke afspraken ivm de stageplanning • de stage wordt in functie van het lesrooster gepland en mag de normale gang van zaken niet verstoren • de studenten stellen een portfolio samen - taal: Nederlands - minimum 5000 woorden zelf geschreven tekst - inhoud: voorstelling bedrijf en communicatiedienst verslag van de stagementor (formulier) rapportering van het onderzoek conclusies

Doelstellingen

Beschrijving

Academische vaardigheden • De student stelt een bedrijfsprofiel op en situeert het belang van de interne en/of externe communicatie voor het bedrijf. • Hij formuleert een of meer onderzoeksvragen en stelt een onderzoekstraject op. • Hij rapporteert over zijn onderzoekstraject in een academisch register. Professionele vaardigheden • Communicatievaardigheden bij het contacteren van de bedrijven en het maken van concrete afspraken • Technieken voor het verzamelen van informatie • Gebruik van diverse media en informatiekkanalen • Identificeren van en inwerken in een bedrijfscultuur • Professioneel gedrag (afspraken nakomen, respect tov het bedrijf en de werknemers/gevers, hulpvaardigheid, teamgeest, confidentialiteit, zin voor initiatief en ad-hocoplossingen)

Vereiste voorkennis

Competenties

De studenten hebben het vak Interne en externe communicatie gevolgd.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

syllabus Interne en externe communicatie stagereglement

Aanbevolen leermiddelen

Reader Interne en externe communicatie

Werkvormen

Omschrijving

Werkseminarie en veldonderzoek.

Evaluatie

Types

- paper/verslag

1e examenperiode (januari)

Geen evaluatie mogelijk

2e examenperiode (juni)

Portfolio beoordeeld op: 1) volledigheid 2) inhoud 3) zorg 4) eventueel: bespreking

3e examenperiode (augustus/september)

Portfolio beoordeeld op: 1) volledigheid 2) inhoud 3) zorg 4) eventueel: bespreking

Examencontract

Op basis van stageverslag en stage-evaluatie.

Begeleiding

een groepssessie, nadien volgens afspraak