

# Media campaign

Klas 1 groep 4

Jop, Kyra, Levi, Hein, Loes

Briefing.....	3
Research proposal.....	4
Research proposal.....	7
Website links.....	9
Aantekeningen gesprek 1.....	10
Personas.....	11
Vragen over de website: .....	13
Ontbrekende informatie: .....	15
Observatie en tests .....	15
Vragen over de opdrachtgever.....	17
Extra mensen naar de opleiding krijgen .....	17
KPI over het doel van de opdracht.....	17
Content strategy .....	20
Implementatieplan .....	30
Implementatieplan Online Brandingstrategie Deeltijdopleiding ICT .....	30
Website redesign .....	34

# Briefing

## Challenge: Online branding voor diverse doelgroepen

Doel: Ontwikkel een online brandingstrategie om de diverse doelgroepen van de deeltijdopleiding ICT beter te bedienen en aan te spreken. Het doel van de campagne is awareness creëren.

### Achtergrond

De deeltijdopleiding ICT trekt een gevarieerd publiek aan, waaronder mensen met een MBO-niveau 4 achtergrond, werkende professionals en omscholers van verschillende leeftijden. Het doel van deze challenge is om een brandingstrategie te ontwikkelen die de unieke behoeften en interesses van deze diverse doelgroepen weerspiegelt en hen aanspreekt via (online) kanalen.

### Stappen

1. Doelgroepanalyse: Analyseer de verschillende doelgroepen (MBO niveau 4 afgestudeerden, werkende professionals, omscholers) op basis van demografische gegevens, behoeften, interesses en online gedrag. Maak persona's om de doelgroepen beter te begrijpen.
2. Brandingidentiteit: Definieer de gewenste brandingidentiteit voor de deeltijdopleiding ICT. Dit moet aansluiten bij de behoeften en interesses van de doelgroepen, en tegelijkertijd de unieke waardepropositie van de opleiding benadrukken.
3. Website-audit: Voer een grondige audit uit van de huidige website van de deeltijdopleiding ICT. Analyseer de gebruikerservaring, de content, de navigatie en de algehele brandingconsistentie.
4. Strategie voor online aanwezigheid: Ontwikkel een strategie voor de online aanwezigheid van de deeltijdopleiding ICT, inclusief website, sociale media en andere relevante online kanalen. Dit moet gericht zijn op het aanspreken van de verschillende doelgroepen op een effectieve manier.
5. Contentstrategie: Stel een contentstrategie op die relevant is voor elke doelgroep. Identificeer de juiste boodschappen, contentformaten en kanalen om de doelgroepen te bereiken en te engageren.
6. Implementatieplan: Ontwikkel een implementatieplan en werk een of twee middelen uit voor de voorgestelde brandingstrategie, inclusief een tijdlijn, verantwoordelijkheden en budget.

## Research proposal

- Formulate 3-5 research questions per person that are relevant to your project
  - Note: each question you ask must also be able to be answered
  - Note: each answer serves as input to your project (so determine: what am I going to do with it)
  - Keep it small!
- Put all research questions together as a group and make a research plan
  - Decide which questions you are going to answer this sprint
  - Determine which research strategies you will use (field, library, etc)
  - Plan how and when you will answer these questions

Discuss your research plan with your teachers.

Research vragen laten zien aan Penny en Dennis.

Feedback Dennis:

Feedback Penny:

Goede vragen, veel vragen.

## Dot research methode

					
Library	Field	Lab	Showroom	Workshop	Extra
Available product analysis	Document analysis	A/B testing	Benchmark test	Brainstorm	Joker
Best good and bad practices	Domain modelling	Component test	Ethical check	Business case exploration	
Community research	Explore user requirements	Computer simulation	Guideline conformity analysis	Code review	
Competitive analysis	Focus group	Data analytics	Peer review	Decomposition	
Design pattern research	Interview	Hardware validation	Pitch	Gap analysis	
Expert interview	Observation	Non-functional test	Product review	IT architecture sketching	
Literature study	Problem analysis	Security test	Static program analysis	Multi-criteria decision making	
SWOT analysis	Stakeholder analysis	System test		Prototyping	
	Survey	Unit test		Requirements prioritization	
	Task analysis	Usability testing		Root cause analysis	
	Exploratory data analysis	Data quality check			
		Model validation			
		Model evaluation			

Library:

Design pattern search, expert interview, literature study, trend analysis.

Field:

Interview, survey, observation.

Lab:

Field trial, usability testing.

Showroom:

Expo, pitch, peer review, USP

Workshop:

Prototyping, proof of concept, sketching.

## Loes

1. Uit welke groepen mensen bestaat de doelgroep?
2. Via welke kanalen kan je deze groep het beste bereiken?
3. Wat vindt de doelgroep van de huidige website/ communicatie kanalen?
4. Welk informatie verwacht de doelgroep te vinden bij het oriënteren over de deeltijd opleiding?
5. Met welk doel wil de klant extra mensen naar de opleiding krijgen?
6. Wat zijn effectieve manieren om opleidingen aan te bieden aan potentiële studenten?
7. Wie is de concurrent en op welke manier communiceren hun naar potentiële studenten?
8. Is er een KPI op gesteld over het doel van de opdracht? (bijv. 30% stijging van de aanmeldingen)

## Jop

1. Welke leeftijd heeft de doelgroep en hoe beïnvloed dit de marketing?
2. Wat mist de website qua informatie?
3. Hoe kwamen de huidige studenten uit bij AD ICT Deeltijd?
4. Moet de UX veranderd worden van de webpagina?
5. Wat zijn dingen die deze doelgroep duidelijk wil zien als ze onderzoek gaan doen naar een deeltijd opleiding?

## Hein

1. Hebben nieuwe studenten moeite ervaren met het vinden van relevante informatie voordat ze begonnen aan de opleiding?
2. Hoe liggen de verschillen binnen de doelgroep van AD-ICT?
3. Hoe delen andere opleidingen hun informatie in ten opzichte van AD-ICT?

## Kyra

1. Waar zou je reclame kunnen maken voor de doelgroep van 20 jaar tot 50 jaar
2. Wat vinden de mensen op de deeltijdopleiding fijn aan de site
3. Hoe zijn ze bij de Fontys deeltijdopleiding gekomen (via reclame, mond op mond, baas, collega's)
4. Welke informatie over de deeltijdopleiding zou fijn zijn om in een opzicht te zien zowel als site als reclame
5. Hoe spreek je een doelgroep van 20 jaar aan zowel als 50 jaar om nog een deeltijdopleiding te doen

## Levi

1. Op welk(e) media-platform(s) is de doelgroep het meest te vinden?
2. Wat zorgt ervoor dat andere sites van deeltijd-opleidingen duidelijker zijn dan de site van de fontys ict deeltijd opleiding?
3. Welke informatie over de fontys ict deeltijd opleiding ontbreekt/is onnodig op de website?
4. Wie is de doelgroep?
5. Hoe kan de lay-out van de pagina aangepast worden om de informatie beter te weergeven?

# Research proposal

Hoofdvraag:

Op welke manier kunnen we het aantal potentiële studenten voor de AD-ICT deeltijdopleiding vergroten?

Doelgroep vragen:

1. Uit welke groepen mensen bestaat de doelgroep?
  - a. Leeftijd, beroep, woonplaats etc
2. Wat is de gemiddelde leeftijd van de doelgroep en hoe beïnvloedt dit de marketingstrategie?
3. Wat zijn de belangrijkste drijfveren om te beginnen aan de AD-ICT opleiding binnen deze doelgroep?
4. Op welke media-platforms is de doelgroep het meest actief?
5. Via welke kanalen kan je deze groep het beste bereiken?
6. Wat is de mening van de doelgroep van de huidige website/ communicatie kanalen?
7. Welk informatie verwacht de doelgroep te vinden bij het oriënteren over de deeltijdopleiding?
8. Welke achtergrond heeft deze doelgroepen?

Vragen over studenten die al op de opleiding zitten:

1. Welke obstakels hebben studenten ervaren bij het vinden van relevante informatie voordat ze aan de opleiding begonnen?
2. Wat vinden huidige studenten op de deeltijdopleiding van de website?
3. Hoe zijn studenten bij de Fontys deeltijdopleiding gekomen (via reclame, mond op mond, baas, collega's)

Vragen over de website

1. Welke informatie over de Fontys ICT deeltijdopleiding ontbreekt/is onnodig op de website?
2. Moet de UX veranderd worden van de webpagina?
3. Hoe kan de lay-out van de pagina aangepast worden om de informatie beter te weergeven?

Vragen over marketing:

1. Wat zijn effectieve manieren om opleidingen aan te bieden aan potentiële studenten?
2. Wie is de concurrent en op welke manier communiceren hun naar potentiële studenten?
3. Waar zou je reclame kunnen maken om de doelgroep te bereiken?

Vragen over de opdrachtgever:

1. Met welk doel wil de opdrachtgever extra mensen naar de opleiding krijgen?
2. Is er een KPI op gesteld over het doel van de opdracht?

Geel = Jop en Kyra

Groen = Hein

Roze = Loes

Blaauw = Levi

## Website links

<https://www.fontys.nl/Professionals-en-werkgevers/Opleidingen-en-cursussen/AD-ICT-deeltijd.htm>

<https://www.fontys.nl/Professionals-en-werkgevers.htm>

<https://www.fontys.nl/Over-Fontys/Fontys-Academy-of-the-Arts.htm>

<https://www.fontys.nl/Fontys-Huisstijl-Positionering-en-profilering-1.htm>

Hoe doen andere opleidingen het?

<https://www.avans.nl/studeren/opleidingen/informatica/deeltijd> Kosten zijn meteen aangegeven

<https://www.windesheim.nl/opleidingen/deeltijd/bachelor/hbo-ict> Downloadbare folder

<https://www.hva.nl/opleidingen/hbo-ict-deeltijd> Oogt te rommelig

<https://www.han.nl/opleidingen/hbo/hbo-ict/deeltijd/#> Tevredenheidcijfers

<https://www.dehaagsehogeschool.nl/opleidingen/hbo-bachelor/hbo-ict-deeltijd> Lestijden, studiepunten, studielast meteen aangegeven.

<https://www.hu.nl/deeltijd-opleidingen/ad-software-development> Kaart op de site is heel duidelijk!

Voltijd fontys: <https://www.fontys.nl/Studeren/Opleidingen/HBO-ICT.htm>

## Aantekeningen gesprek 1

Opfris website [www.fontys.nl/ictpro](http://www.fontys.nl/ictpro)

Vast aan richtlijnen Fontys Doelgroep = vanaf 20 jaar en mensen die werken tot ongeveer 50 jaar

Klopt de info, is er onnodige info

Minder rommelig

Mag Fontys los laten maar wel de stijl hanteren

Mag op de bachelor focussen [www.Fontys.nl/huisstijl](http://www.Fontys.nl/huisstijl)

Doel is mensen aantrekken voor de studie

Sociale media, posters, flyers reclame voor deeltijd

Alles makkelijker vindbaar maken

Mensen hebben beperkte tijd omdat ze ook werken

Werkend prototype voor de site Liever een duidelijk plan dan een te net prototype enz.

Reclame voor bijvoorbeeld LinkedIn en Instagram

Onderzoeken maandag/dinsdag avond regelen (zitten op TQ 5)

Zijn geen concurrentie voor voltijd

Wel concurrentie voor Avans!!!!

Tijd bijvoorbeeld dinsdag van 20.00 t/m 22.00

# Peter van Bruheze

32 jaar

Medewerker ICT-beheer  
bij een middelgroot bedrijf

Opleiding: MBO-ICT



**Ambitie:** Doorgroeien naar een senior functie binnen ICT

**Motivatie:** Peter wil zijn kennis en vaardigheden in de ICT verder ontwikkelen om zijn carrièrekansen te vergroten. Hij is op zoek naar een praktijkgerichte opleiding die hij kan combineren met zijn werk.

**Uitdagingen:** Peter heeft een drukke baan en gezin, dus hij heeft weinig tijd om te studeren. Hij is bang dat hij de opleiding niet vol kan houden.

**Wensen:** Peter zoekt een opleiding die:

- Tijden heeft die passen bij zijn huidige baan
- **Praktijkgericht is:** Hij wil leren van professionals met praktijkervaring.
- **Toekomstgericht is:** Hij wil vaardigheden leren die relevant zijn voor de arbeidsmarkt van de toekomst.

**Oplossing:** Peter kiest voor de deeltijdopleiding HBO-ICT van Fontys Hogeschool ICT. De opleiding is praktijkgericht en goed te combineren met zijn werk. De docenten zijn ervaren professionals en de lesstof is relevant voor de arbeidsmarkt van de toekomst.

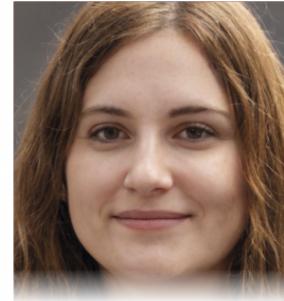
**Quote:** "Ik ben blij dat ik voor de opleiding van Fontys Hogeschool ICT heb gekozen. De opleiding is praktijkgericht en goed te combineren met mijn werk. Ik leer veel van de ervaren docenten en ik ben ervan overtuigd dat deze opleiding me zal helpen om mijn carrièrekansen te vergroten."

# Merel Klokgieters

28 jaar

Medewerker backoffice  
bij een bank

Opleiding: HBO Bedrijfseconomie



**Ambitie:** Overstappen naar een functie in de ICT-sector, waar ze haar analytische vaardigheden kan combineren met haar interesse in technologie.

**Motivatie:** Merel vindt haar huidige werk saai en repetitief. Ze mist uitdaging en wil graag iets nieuws leren. Ze is geïnteresseerd in ICT en ziet kansen in de sector.

**Uitdagingen:** Merel heeft geen technische achtergrond. Ze is bang dat ze de opleiding niet vol kan houden. Ze heeft ook te maken met een studieschuld en kan niet fulltime studeren.

**Wensen:** Merel zoekt een opleiding die:

- **Toegankelijk is:** Ze heeft geen technische vooropleiding, dus ze wil een opleiding die op haar niveau aansluit.
- **Praktijkgericht is:** Ze wil leren van professionals met praktijkervaring.
- **Flexibel is:** Ze wil dat de lestijden passen bij haar werktijden.
- **Duidelijke carrièreperspectieven biedt:** Ze wil zeker weten dat ze na de opleiding een baan kan vinden in de ICT-sector.

**Oplossing:** Merel kiest voor de deeltijdopleiding HBO-ICT van Fontys Hogeschool ICT. De opleiding is praktijkgericht en goed te combineren met haar werk. De docenten zijn ervaren professionals en de lesstof is relevant voor de arbeidsmarkt van de toekomst. Fontys Hogeschool ICT biedt ook een schakelprogramma aan voor mensen zonder technische vooropleiding.

**Quote:** "Ik ben blij dat ik voor de opleiding van Fontys Hogeschool ICT heb gekozen. De opleiding is toegankelijk en praktijkgericht. Ik leer veel van de ervaren docenten en ik heb er alle vertrouwen in dat ik na de opleiding een baan kan vinden in de ICT-sector."

## Vragen over de website:

1. Welke informatie over de Fontys ICT deeltijdopleiding ontbreekt/is onnodig op de website?
2. Moet de UX veranderd worden van de webpagina?
3. Hoe kan de lay-out van de pagina aangepast worden om de informatie beter te weergeven?

## Opvallende dingen aan de Fontys HBO-ICT deeltijdopleidingpagina:

Om te weten wat er nodig is voor een eventuele website redesign is het goed om eerst te kijken naar hoe de huidige pagina er uit ziet. Dit is het eerste dat een potentiële student ziet:

Opvallend onderdeel is ‘Kom kennismaken’.  
Uitnodigend en opvallend door het blauw.

The screenshot shows the top navigation bar with the Fontys logo, a search bar, and language selection (English). Below the header, a large title reads "ICT Onderwijs voor Professionals". A callout box on the right says "Wegens nog niet accepteren van de cookies is de YouTube video niet zichtbaar." The main content area features four study programs: AD-ICT (Associate degree), HBO-ICT (bachelor), Versnelde instroom, and Master of Applied IT. Each program has a thumbnail image, a title, a brief description, and a "meer informatie" button. The AD-ICT and HBO-ICT sections include a blue badge with the text "Bachelor HBO-ICT EXCELLENT IVAO.NET".

**Deeltijd ICT studeren?**  
Geef je loopbaan een boost met een deeltijdopleiding om kennis en vaardigheden te verbreden en verdiepen of je verder ontwikkelen in een specifieke functie. Je kunt in deeltijd ICT studeren op drie niveaus met opdrachten uit eigen werkpraktijk.

**Soms vreemd taalgebruik**  
**Kies jouw eigen studieroute en word iedere ICT'er die je wilt!**

**Wegens nog niet accepteren van de cookies  
is de YouTube video niet zichtbaar.**

**AD-ICT (Associate degree)**  
Tweejarige opleiding op hbo niveau gericht op een specifieke functie

**HBO-ICT (bachelor)**  
Kies je persoonlijke leerroute: verbreden of verdiepen binnen het totale aanbod

**Versnelde instroom**  
Mogelijk met aanverwante MBO-vooropleiding of veel voorkennis/werkervaring

**Master of Applied IT**  
Doorstuderen na je bachelor. Ontwikkelen van innovaties met impact!

Snel keuzemenu.

Kies jouw eigen studieroute en word de ICT'er die je wil zijn! Zou beter kunnen zijn

**Opvallend onderdeel is ‘Kom kennismaker’.  
Uitnodigend en opvallend door het blauw.**

In het klein en wit aangegeven welke opleiding het is. **HBO-ICT**

4 jaar | Nederlands | Hbo-bachelor | Deeltijd  
Start februari en september | Eindhoven

Over de opleiding Toelating Opbouw Werk/stage Agenda Anmelden Contact

**Kom kennismaken**

Ja, dat wil ik > Zo gedaan!

Open dagen

Knoppen voor snelle toegang, handig!

**ICT is overal.** Elke dag wordt er gewerkt aan de ontwikkeling van

**Over de opleiding**

‘Open dagen’ met een vinkje, is dit al logisch op zichzelf?

Kom kennis maken:

**ICT is overal.** Elke dag wordt er gewerkt aan de ontwikkeling van nieuwe toepassingen. Wil jij een bachelor opleiding volgen in het brede ICT vakgebied? Als omscholing of juist als aanvulling op je huidige ICT-baan? In welke richting je ook verder wilt, bij ons is het mogelijk.

## Over de opleiding

Je doet je kennis op door een combinatie van zelfstudie, lessen op school en virtuele sessies, maar ook met het toepassen van praktijkopdrachten in je werkomgeving. Hierdoor is er een mooie wisselwerking tussen theorie en praktijk. In principe loop je geen stage, maar gebruik je hiervoor je passende werkomgeving om je werkervaring aan te tonen. Je sluit je opleiding af met een afstudeeropdracht die je bij je werkgever of een ander bedrijf kunt uitvoeren.

## Versneld instroom?

Heb jij veel relevante kennis of werkervaring? Dan kom je mogelijk in aanmerking voor versneld instroom. Klik [hier](#) voor meer informatie of neem [contact](#) met ons op!

## Waarom de opleiding HBO-ICT?

- ✓ Vierjarige bacheloropleiding in deeltijd's avonds
- ✓ Open onderwijs, inhoud passend bij eigen werkplek en interesse!
- ✓ Flexibel in snelheid en inhoud met werkervaring en voorkennis. Intake vereist!
- ✓ Verworven competenties verzilveren, aanvullen en verder ontwikkelen
- ✓ Arbeidsmarkt verkennen. Interessant voor carrièreswitchers

## Wat ga je leren?

Als ICT'er moet je snel kunnen schakelen en meegaan met de laatste ontwikkelingen. Je moet vooruit denken, creatief zijn en een kei in je ICT-specialisatie. HBO-ICT geeft je hiervoor alle tools.

- Je krijgt een stevige basiskennis van uiteenlopende onderwerpen als AI, big data, cybersecurity, human interaction
- Je doet opdrachten waar mogelijk op je eigen werkplek
- Je doet zowel technische als sociale en communicatievaardigheden op
- Je bent klaar voor de toekomst van ICT, ook voor functies die misschien nu nog helemaal niet bestaan

Gaat er niet te diep op in.

### Ontbrekende informatie:

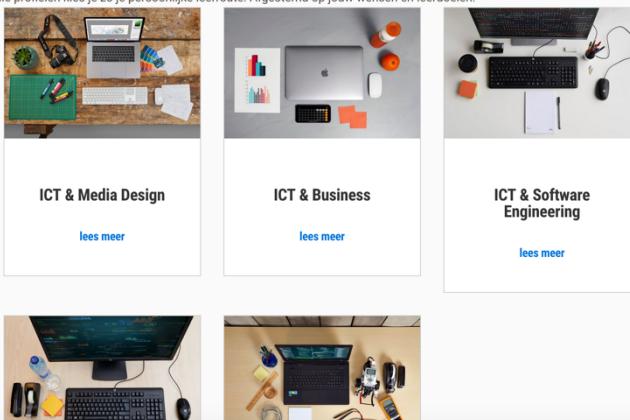
- Kosten.
- Tijden, iets dat relevant kan zijn voor deeltijd studenten.

Suggesties voor het verbeteren van de gebruikerservaring:

Top navigatiebalk blijft boven in de pagina als er naar beneden wordt gescrold, dan is hij uit het zicht. Het is beter als de balk altijd bovenaan de viewport blijft staan.

### Opbouw

De opleiding HBO-ICT start je met een ICT-brede oriëntatie in drie van de vijf profielen. Daarna start het **open onderwijs**: je gaat je specialiseren op onderwerpen geheel naar eigen keuze. Met mogelijkheden uit het volledig onderwijsaanbod binnen alle profielen kies je zo je persoonlijke leerroute. Afgestemd op jouw wensen en leerdoelen.



Uit het interview blijkt dat er irritaties worden ondervonden bij het constante openen van pagina's. Daarbij is het in het geval van de sectie 'opbouw' beter om het voorbeeld uit te laten klappen, op de pagina zelf.

### Observatie en tests

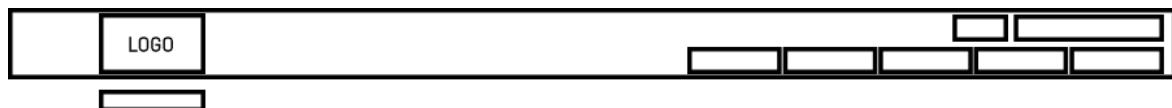
Tijdens het observeren van hoe een gebruiker de site gebruikt zien we hoe veel geklikt er moet zijn om bij informatie te komen en hoe dit nooit op dezelfde pagina blijft.

### Het vinden van de kostenberekenaar

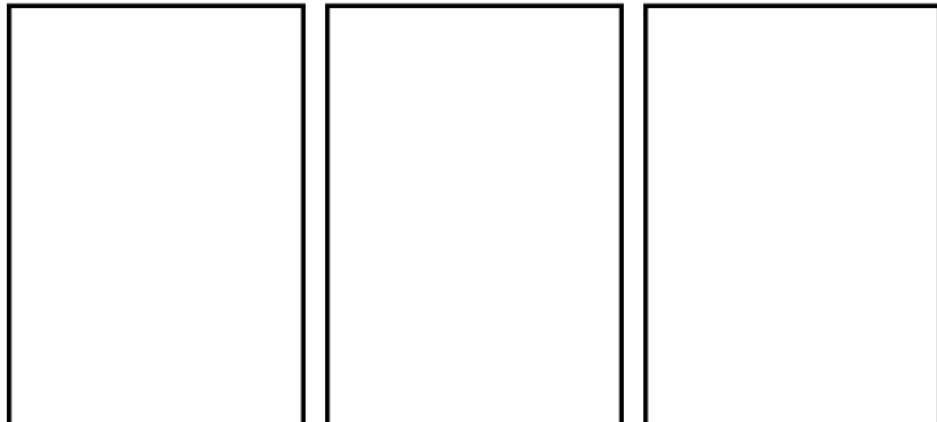
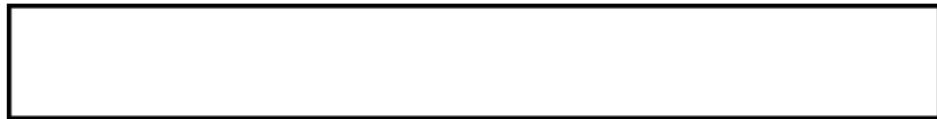
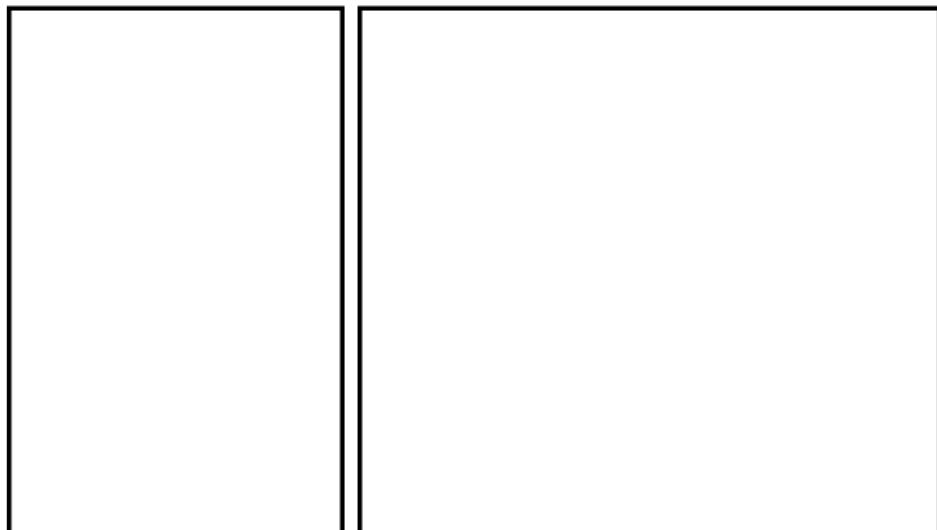
costenberekenaar is ook iets dat moeilijker is dan zou kunnen zijn, blijkt uit onze observatie. Dit kan ook direct op de pagina staan in plaats van op een aparte pagina.

The screenshot shows the top portion of the HBO-ICT website. The navigation bar is purple with white text. Below it, there's a large black header with the 'HBO-ICT' logo in white. Underneath the logo, there's descriptive text about the program: '4 jaar | Nederlands | HBO-bachelor | Deeltijd Start februari en september | Eindhoven'. To the right of this text is a blue rectangular button with white text that says 'Kom kennismaken' and 'Open dagen' with a small arrow.

Leesbaarheid is een probleem dat we ook gehoord hebben. Voor een aantal mensen is de site met de automatisch spelende video op de achtergrond afleidend en prikkelend.



TITEL  
INFO



UITVOUWBAAR:

ICT & MEDIA DESIGN

## Vragen over de opdrachtgever

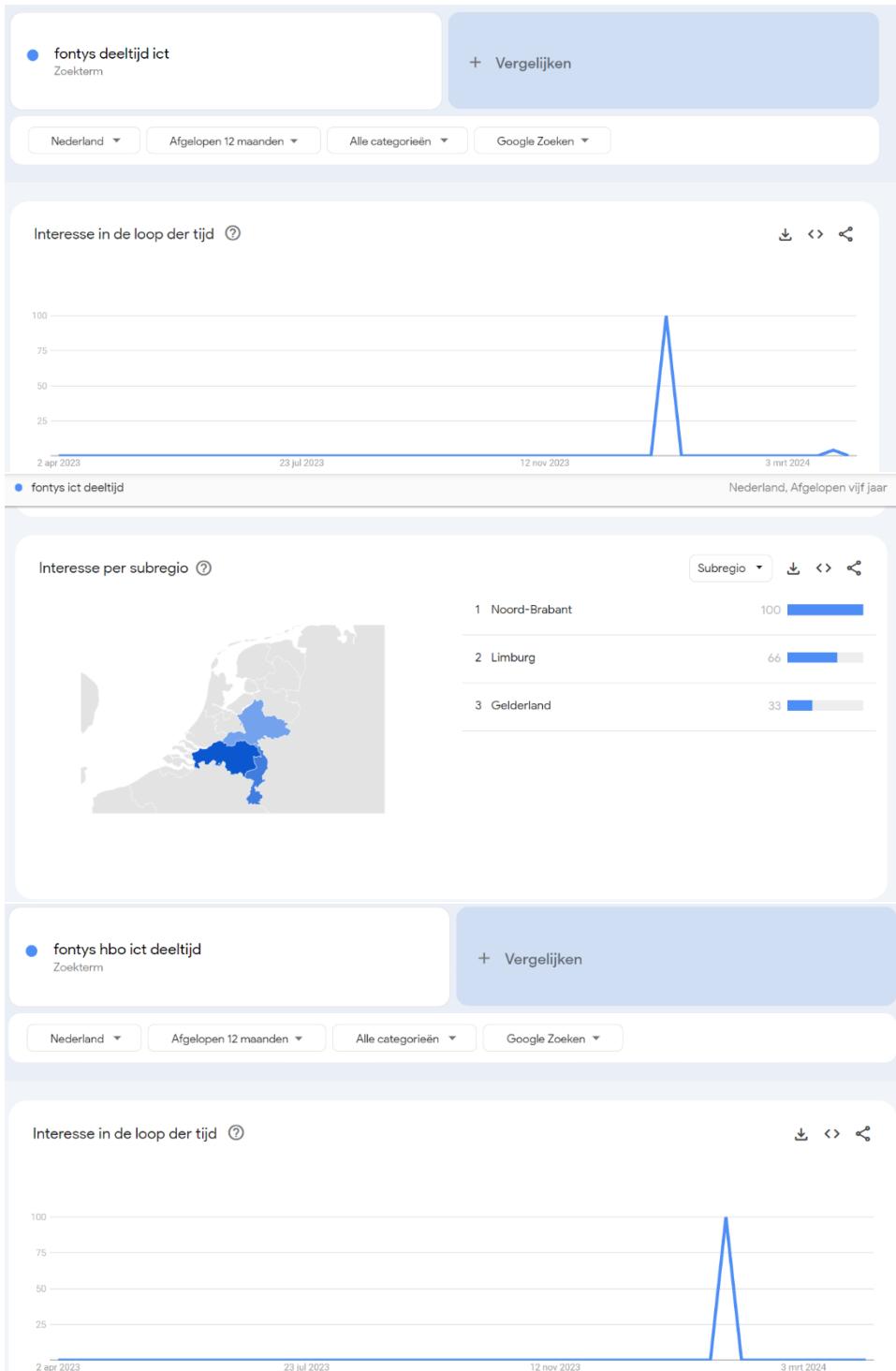
1. Met welk doel wil de opdrachtgever extra mensen naar de opleiding krijgen?
2. Is er een KPI opgesteld over het doel van de opdracht?

### Extra mensen naar de opleiding krijgen

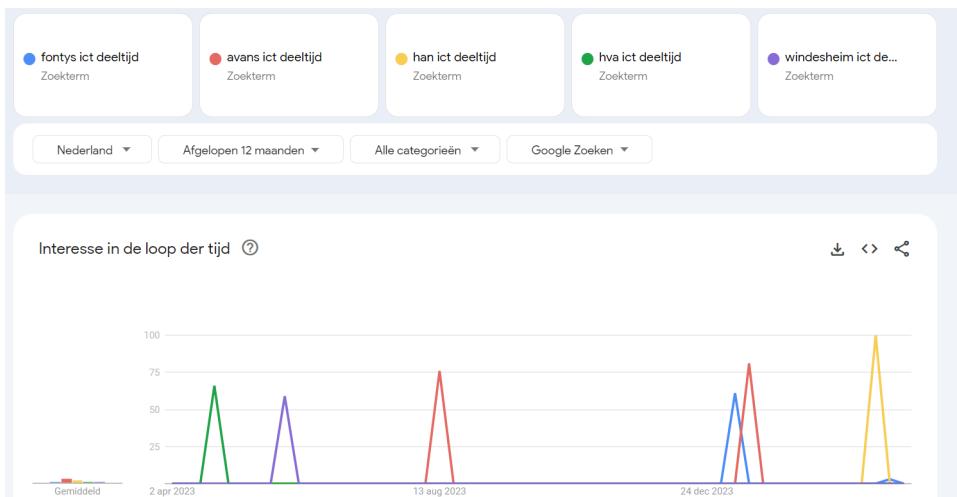
Als je kijkt naar de aantekingen van het eerste gesprek met de opdrachtgever wil deze extra mensen naar de opleiding krijgen zodat er meer studenten op deze opleiding komen. Ook wil de opdrachtgever dat de Fontys ICT deelopleiding concurrentie is voor andere ICT deelopleidingen zoals die van Avans en Hogeschool Utrecht.

### KPI over het doel van de opdracht

Wij hebben bij Google Trends bij ontdekken een aantal zoektermen gegeven voor de deeltijdopleiding van Fontys ICT.



Zoals te zien is wordt de Fontys deeltijd opleiding niet heel vaak opgezocht. Het grootste deel komt uit Noord-Brabant. De meeste zoekintresse is rond januari. Dit wil zeggen dat mensen rond die tijd beginnen met inschrijven aangezien een semester op 1 februari begint.



Zoals te zien is wordt 'avans ict deeltijd' het meest gezocht. Verder wordt avans 2 keer per jaar gezocht. Rond augustus en januari. Dit is ongeveer de tijd dat je moet inschrijven voor de opleiding. De fontys deeltijd opleiding wordt maar 1 keer per jaar gezocht en kijkend naar de zoekintresse bij Avans lijkt het alsof bijna niemand bij de fontys opleiding inschrijft en bij Avans inschrijft.

Wij denken daarom dat het slim is om een KPI op te stellen die te maken heeft met het aantal inschrijvingen. Dit komt omdat de Fontys ICT deeltijdopleiding niet heel vaak wordt opgezocht en er dus ook niet heel veel inschrijvingen zijn. Ook schrijven sommigen die eerst de Fontys opleiding opzoeken bij de Avans opleiding in. Een passende KPI zal daarom zijn:

'In 2025 schrijft 80% van de potentiele studenten zich in bij de Deeltijdopleiding van Fontys ICT'

Aangezien deze niet meetbaar is hebben we een andere KPI bedacht:

'In 2025 schrijven 50% meer mensen zich in bij de Deeltijdopleiding van Fontys ICT '

## Content strategy

1. Wat zijn effectieve manieren om opleidingen aan te bieden aan potentiële studenten?

Digitale marketing: een trend van deze tijd is het gebruik van sociale media, zoals Instagram en Facebook, cruciaal om potentiële studenten te bereiken. Door gerichte advertenties en boeiende content te plaatsen, kunnen onderwijsinstellingen studenten informeren over beschikbare opleidingen en de voordelen ervan. Denk aan het delen van verhalen van huidige studenten, virtuele rondleidingen door de campus en live Q&A-sessies.

Gundry, N. Li, & M. Brem, "Digital Marketing Strategies in the Education Sector: A Comparative Study." *Journal of Marketing for Higher Education*.

Evenementen en beurzen: Het organiseren van evenementen zoals open dagen en onderwijsbeurzen biedt een persoonlijke benadering om potentiële studenten te ontmoeten. Hier kunnen ze direct vragen stellen aan docenten, studenten en studieadviseurs, en de sfeer van de instelling ervaren. Het is een kans om de unieke aspecten van de opleiding te benadrukken en potentiële studenten te overtuigen van de meerwaarde van de opleiding.

D. Wu & J. Li, "Face-to-face or Not-to-face? The Effect of Education Fair Formats on College Choice Decision." *Journal of Marketing for Higher Education*.

Partnerschappen met scholen en bedrijven: Samenwerkingen met middelbare scholen en bedrijven kunnen de zichtbaarheid van een opleiding vergroten. Door bijvoorbeeld gastcolleges te geven op middelbare scholen of stages aan te bieden bij bedrijven, kunnen potentiële studenten al vroeg in contact komen met de opleiding en de carrièremogelijkheden die het biedt.

R. M. Nata, "Partnership Strategies in the Era of the Fourth Industrial Revolution: A Case Study of a Vocational High School." *Journal of Vocational Education & Training*

2. Wie is de concurrent en op welke manier communiceren hun naar potentiële studenten?

Digitale reclame: Concurrenten maken gebruik van online advertenties op platforms zoals Google en YouTube om potentiële studenten te bereiken op het moment dat ze actief op zoek zijn naar informatie over opleidingen. Door slimme targeting kunnen ze relevante advertenties tonen aan specifieke doelgroepen, waardoor de kans op conversie wordt vergroot. Y. Wang, "Digital Advertising: Current and Future Trends." *Journal of Advertising Research*

Direct mail en brochures: Naast digitale kanalen maken concurrenten ook gebruik van traditionele marketingmethoden, zoals het verzenden van informatiepakketten en brochures per post of e-mail. Dit biedt potentiële studenten de mogelijkheid om op hun gemak informatie door te nemen en kan een persoonlijker tintje toevoegen aan de communicatie.

S. S. Smith, "Direct Mail: Making a Comeback in Higher Education Marketing?" *Journal of Marketing for Higher Education*

Sociale media en influencer marketing: Door samen te werken met influencers en ambassadeurs kunnen concurrenten een groter bereik genereren op sociale media. Door het delen van ervaringen en testimonials van huidige studenten kunnen ze potentiële studenten overtuigen van de waarde van hun opleidingen en de carrière mogelijkheden die het biedt.

A. F. Pitkow, "The Role of Social Media in Higher Education Marketing: A Review and Research Agenda." *Journal of Marketing for Higher Education*

3. Waar zou je reclame kunnen maken om de doelgroep te bereiken?

Sociale media: Plaatsen van gesponsorde advertenties en organische content op sociale media platforms zoals Instagram en LinkedIn stelt onderwijsinstellingen in staat om potentiële studenten te bereiken op een plek waar ze al veel tijd doorbrengen. Door boeiende en relevante content te delen, kunnen ze de interesse van potentiële studenten wekken en hen naar hun website leiden voor meer informatie.

Bron: A. Sang, "Where Should Higher Education Institutions Advertise? An Investigation of Students' Media Consumption Patterns." *Journal of Marketing for Higher Education*

Educatieve websites en forums: Adverteren op websites die gericht zijn op onderwijs en carrières, en deelnemen aan relevante discussies op forums zoals Reddit en Quora, stelt onderwijsinstellingen in staat om potentiële studenten te bereiken die actief op zoek zijn naar informatie over opleidingen en loopbaan mogelijkheden.

4. Lokale gemeenschappen: Het plaatsen van advertenties in lokale kranten, op billboards en via radiospotjes stelt onderwijsinstellingen in staat om potentiële studenten te bereiken in de directe omgeving van de instelling. Door zich te richten op de lokale gemeenschap, kunnen ze de banden versterken en potentiële studenten aanmoedigen om deel te nemen aan hun opleidingen

## 5. Hoe kunnen we het beste de doelgroep benaderen

Uit ons interview blijkt dat de doelgroep tussen de 20 jaar en 51 jaar ligt, dat is een hele brede doelgroep. De meeste studenten zijn naar Fontys ICT deeltijd gekomen uit eigen initiatief en niet door werk. Over het algemeen gebruiken de studenten veel LinkedIn. Hier kan je makkelijk een baan of stageplaats vinden, in het geval van de studenten een opleiding. De wat jongere studenten gebruiken ook nog Instagram voor sociale updates.

Onze doelgroep is dus het beste te bereiken op LinkedIn of Instagram. Als we op LinkedIn en Instagram een account maken voor alleen Fontys ICT deeltijd kunnen we daarmee aandacht trekken. Hier kunnen we updates op posten zoals evenementen.

Zo kunnen we duidelijk maken wanneer de open dagen(avonden) zijn. Hiervoor kunnen we een aantal designs en teksten maken voor de post zodat het duidelijk is wat, wanneer en waar de evenementen zijn.

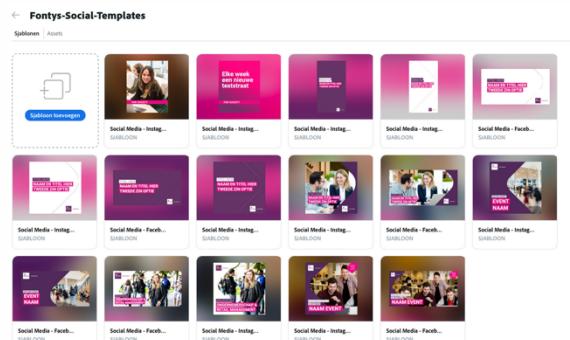
Ook zou het een goed idee zijn om te vragen of de studenten een mini interview willen doen over wat ze nou doen en hoe de opleiding in elkaar zit. Je zou deze post bijvoorbeeld kunnen pinnen boven aan de pagina zodat iedereen dit altijd makkelijk kan bekijken. Dit kan je met meerdere studenten doen, zo krijg je andere antwoorden op je vragen.

Wat handig is voor als mensen op het Fontys ICT deeltijd account klikken is de links naar de pagina van de deeltijd opleiding. Bijvoorbeeld als je op LinkedIn zit heb je boven aan een link naar de site en daar onder nog een link naar de Instagram pagina.

## Ontwerp platforms

Creëer met templates van onze vormgevers heel eenvoudig je content in Adobe Express (voorheen Spark). Onder andere web en social platforms. Met Adobe Express (voorheen Spark) op een laagdrempelige manier uitingen creëren voor social mediakanalen, web, mailchimp, infomonitoren en tal van andere middelen.

Met behulp van templates, ontwerpen in Fontysstijl. Voor mobiel en desktop. De eindgebruiker kan aan de slag met professionele ogende uitingen zonder daar grafische kennis voor nodig te hebben.



The screenshot shows a grid of 16 template cards from the 'Fontys-Social-Templates' library. The cards are organized into four rows and four columns. Each card includes a preview image, a title, and a 'Sjabloon' (Template) link. The titles include 'Social Media - Instag...', 'Social Media - Facb...', 'Social Media - Facb...', 'Social Media - Instag...', 'Social Media - Instag...', 'Social Media - Instag...', 'Social Media - Instag...', 'Social Media - Facb...', 'Social Media - Facb...', 'Social Media - Instag...', 'Social Media - Instag...', 'Social Media - Instag...'. A navigation bar at the top left says '← Fontys-Social-Templates' and 'Sjablonen | Assets'.

[Download Creative Cloud applicaties >](#)

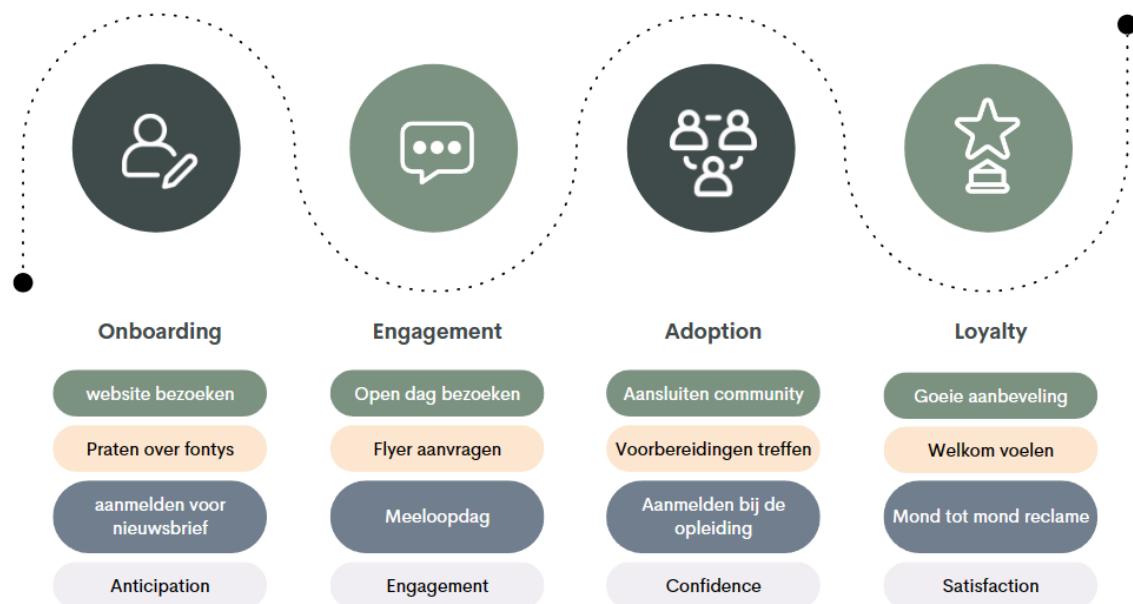
[Creatief Platform MS Teams >](#)

## Adobe Express (voorheen Spark)

- Socialmedia templates
- Header voor mailchimp
- Diverse templates voor web (XC)
- Diverse templates voor infomonitoren

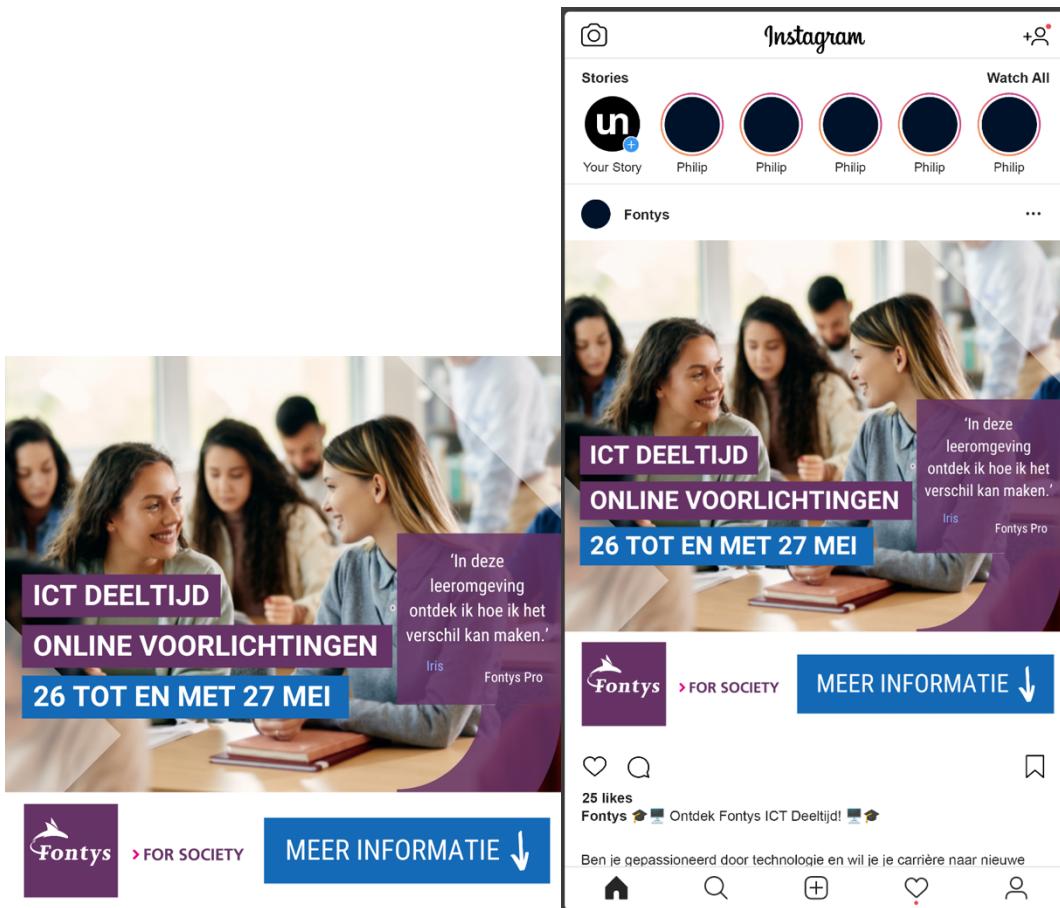
Gebruik Creative Cloud applicaties om toegang te krijgen tot eigen bibliotheken. Bestanden kunnen opgeslagen worden in de cloud van Adobe. Op de pagina staan veel tips over hoe je dit kunt doen op de verschillende systemen.

## Journey Map





Instagram post:



## Ontdek Fontys ICT Deeltijd!

Ben je gepassioneerd door technologie en wil je je carrière naar nieuwe hoogten tillen? Dan is Fontys ICT Deeltijd misschien wel de perfecte keuze voor jou! 

Met onze deeltijdopleiding krijg je de kans om je kennis en vaardigheden op het gebied van ICT te verbreden, terwijl je toch je huidige baan kunt behouden.  Ons flexibele programma is speciaal ontworpen voor werkende professionals die hun expertise willen vergroten en zich willen aanpassen aan de steeds veranderende digitale wereld.

Wat maakt Fontys ICT Deeltijd zo speciaal?

- Praktijkgericht onderwijs: Leer van docenten met echte ervaring in de industrie en pas je kennis direct toe in je werk.
- Flexibiliteit: Studeer in je eigen tempo en beheer je studie rondom je werk- en privéverplichtingen.
- Netwerk: Bouw waardevolle connecties op met medestudenten en professionals uit de branche.

Of je nu je carrière een boost wilt geven, je vaardigheden wilt upgraden of gewoon gepassioneerd bent door technologie, Fontys ICT Deeltijd staat klaar om je te helpen je doelen te bereiken. 

Interesse? Bezoek onze website voor meer informatie en meld je vandaag nog aan! 

#FontysICTDeeltijd #ICT #Technologie #DeeltijdStudie #CarrièreGroei #Flexibiliteit

#PraktijkgerichtOnderwijs

LinkedIn post:

🎓 Op zoek naar een deeltijdse avondopleiding die past bij jouw drukke werkschema? Onze opleiding biedt flexibel open onderwijs, perfect te combineren met je baan. In 4 jaar tijd verdiep je je kennis met praktijkopdrachten in je eigen werkomgeving. Geen traditionele stages, maar direct toepasbare ervaring. Klaar voor een sprong in je carrière? Meld je nu aan!



Flyer met informatie:

**ONTDEK JOUW  
TOEKOMST IN ICT  
VOOR PROFESSIONALS**

Bij Fontys ICT bieden we diverse mogelijkheden om je carrière in de ICT te versnellen en te versterken. Naast onze vierjarige deeltijd Bachelor opleiding bieden we ook een snelle en gerichte deeltijd Associate Degree opleiding van twee jaar aan. Of je nu op zoek bent naar een grondige academische basis of een snelle instap in de ICT-sector, Fontys heeft de perfecte optie voor jou.

Met zowel onze deeltijd Bachelor opleiding als onze deeltijd Associate Degree opleiding krijg je toegang tot hoogwaardig onderwijs dat is afgestemd op de behoeften van de moderne ICT-professional. Onze programma's bieden een uitgebreid scala aan mogelijkheden, waardoor je niet alleen theoretische kennis oppoert maar ook praktische vaardigheden. Bovendien moedigen we een actieve deelname aan en stimuleren we zelfontwikkeling door middel van individuele begeleiding en ondersteuning van ervaren docenten en professionals uit het werkveld. Of je nu kiest voor de vierjarige bacheloropleiding of de tweearige Associate Degree opleiding, bij Fontys ICT Deeltijd helpen we je om je doelen te bereiken in de snel evoluerende wereld van ICT.

**FONTYS.NL/ICTPRO**

Poster voor langs de weg:



# Interviews 09/04/2024 TQ

Tijdens het interviewen van de studenten die de opleiding ICT Deeltijd doen bij Fontys, hebben we gemerkt dat al deze mensen een ding gemeen hadden. Ze hadden allemaal de mening dat de site van Fontys en dan vooral van deze richting erg rommelig aanvoelden. De ene kwam via werk daar studeren om bijvoorbeeld skills uit te breiden. De ander was opzoek naar een andere baan en gebruikte deze opleiding om omgeschoold te worden. Ook werd de opleiding gebruikt om up-to-date te blijven met de nieuwste technieken. Verder was er een uitzondering van een student die van voltijd naar deeltijd geswitcht omdat de vele uren op school te veel waren voor deze student. 8/10 studenten zijn op eigen initiatief naar de opleiding gekomen en niet dus door werk.

Dit zijn de verschillende leeftijden op deze opleiding

*leeftijd 35*

*leeftijd 24*

*leeftijd 29*

*leeftijd 23*

*leeftijd 34 ad*

*leeftijd 33*

*leeftijd 21 ad*

*leeftijd 51*

*leeftijd 27 ad*

*leeftijd 20*

Zoals je kan zien zijn de leeftijden erg ver uit elkaar, dit is een typisch ding voor een deeltijd opleiding.

Ook promotie was een reden voor sommige mensen, meer verdienen was dus de primaire reden.

De vragen die ik stelde over de site werden beantwoord met “rommelig, onduidelijk en info wel te vinden maar het redirecten vonden veel mensen vervelend.” Verder moet de site ook een stuk gebruikersvriendelijker gemaakt worden.

# Implementatieplan

Hoe implementeren we dit potentieel?

## Implementatieplan Online Brandingstrategie Deeltijdopleiding ICT

### Doel:

Het doel van dit implementatieplan is om de voorgestelde online brandingstrategie voor de deeltijdopleiding ICT concreet uit te werken en in de praktijk te brengen. Het plan omvat de ontwikkeling van diverse middelen, inclusief een gedetailleerde tijdlijn, verantwoordelijkheden, budgettering en concrete actiepunten per fase.

### Middelen:

#### 1. Doelgroeponderzoek en persona's:

- **Tijdlijn:** 1-2 weken
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Activiteiten:**
  - Uitgebreid marktonderzoek uitvoeren naar de doelgroepen van de deeltijdopleiding ICT. Dit omvat zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek, zoals:
    - Analyse van bestaande klantdata en statistieken
    - Concurrentieonderzoek
    - Online enquêtes onder potentiële studenten en professionals in de ICT-sector
    - Diepte-interviews met potentiële studenten en alumni
  - Creëren van gedetailleerde persona's op basis van de verzamelde data. De persona's dienen realistische en gedetailleerde beschrijvingen te zijn van de verschillende doelgroepen, inclusief hun demografische kenmerken, interesses, behoeften, uitdagingen en motivaties.

#### 2. Website:

- **Tijdlijn:** 3 weken
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam, Webontwikkelaar
- **Budget:** € 1.500,-
- **Activiteiten:**
  - Ontwikkelen van een gebruiksvriendelijke en aantrekkelijke website die gericht is op de gedefinieerde persona's. De website dient te fungeren als centrale hub voor alle informatie over de deeltijdopleiding ICT, met inbegrip van:
    - Duidelijke en beknopte informatie over de opleiding, inclusief curriculum, toelatingscriteria, kosten en studieplan
    - Inspirerende verhalen van oud-studenten en succesvolle professionals in de ICT-sector
    - Blog met waardevolle content gerelateerd aan ICT-vaardigheden, carrièreontwikkeling en de digitale sector
    - Mogelijkheid om online in te schrijven of informatie aan te vragen
  - Optimaliseren van de website voor zoekmachines (SEO) om de vindbaarheid in zoekresultaten te verbeteren.
  - Implementeren van conversie tracking om het succes van de website te meten.

### **3. Infographic:**

- **Tijdlijn:** 2 weken
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam, Ontwerper
- **Budget:** € 500,-
- **Activiteiten:**
  - Ontwikkelen van een visueel aantrekkelijke en informatieve infographic die de voordelen van de deeltijdopleiding ICT belicht. De infographic kan gericht zijn op een specifieke doelgroep of een algemeen overzicht geven van de opleiding.
  - Verspreiden van de infographic via diverse online kanalen, zoals social media, de website, e-mailmarketing en online communities.

### **4. Contentmarketing:**

- **Tijdlijn:** 2 weken / continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Budget:** € 500,- per maand
- **Activiteiten:**
  - Ontwikkelen van een contentkalender met gevarieerde en waardevolle content die relevant is voor de gedefinieerde persona's. De content kan bestaan uit:
    - Blogartikelen over actuele trends in de ICT-sector
    - Tips en tricks voor het ontwikkelen van ICT-vaardigheden
    - Interviews met experts in de ICT-branche
    - Video's met uitleg over de deeltijdopleiding ICT
  - Publiceren van de content op de website, social media en via e-mailmarketing.
  - Promoten van de content via betaalde advertenties op social media en zoekmachines.

### **5. Social media marketing:**

- **Tijdlijn:** 3 weken / continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Budget:** € 200,- per maand
- **Activiteiten:**
  - Creëren van engaging content voor diverse social media platforms, zoals Facebook, LinkedIn, Instagram en Twitter. De content dient afgestemd te zijn op de interesses van de doelgroepen.
  - Inzetten van social media advertenties om de doelgroep gerichter te bereiken en de zichtbaarheid van de deeltijdopleiding ICT te vergroten.
  - Deelnemen aan online communities en forums gerelateerd aan ICT om met potentiële studenten in contact te komen.

*Hierna volgen potentiële stappen, afhankelijk van wat er nodig kan zijn:*

### **6. Zoekmachineoptimalisatie (SEO):**

- **Tijdlijn:** Continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam, Webontwikkelaar
- **Budget:** € 100,- per maand
- **Activiteiten:**

- Optimaliseren van de website en content voor relevante zoekwoorden om de vindbaarheid in zoekmachines te verbeteren. Dit omvat:
  - Keywordonderzoek om de meest relevante zoektermen te identificeren die potentiële studenten gebruiken.
  - On-page optimalisatie van de website, inclusief titeltags, meta beschrijvingen, header tags en alt-tekst voor afbeeldingen.
  - Linkbuilding door waardevolle links te verwerven van andere websites naar de website van de opleiding.

## **7. Online evenementen:**

- **Tijdlijn:** Maandelijks
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Budget:** Variabel, afhankelijk van evenement
- **Activiteiten:**
  - Organiseren van webinars, workshops en andere online evenementen om potentiële studenten te informeren over de deeltijdopleiding ICT. De evenementen kunnen gericht zijn op specifieke thema's of doelgroepen.
  - Promoten van de evenementen via diverse online kanalen, zoals social media, de website en e-mailmarketing.
  - Gebruik maken van de evenementen om leads te genereren en potentiële studenten in contact te brengen met de opleiding.

## **8. E-mailmarketing:**

- **Tijdlijn:** Continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Budget:** € 50,- per maand
- **Activiteiten:**
  - Opbouwen van een e-maillijst met potentiële studenten en geïnteresseerden in de deeltijdopleiding ICT.
  - Versturen van regelmatige nieuwsbrieven met waardevolle content, zoals blogartikelen, tips voor studieloopbaanbegeleiding en uitnodigingen voor online evenementen.
  - Gesegmenteerde e-mailcampagnes versturen naar verschillende doelgroepen met gepersonaliseerde content.
  - Gebruik maken van e-mailmarketing om leads te genereren en conversies te stimuleren.

## **9. Monitoring en evaluatie:**

- **Tijdlijn:** Continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Activiteiten:**
  - Regelmatisch monitoren van de resultaten van de online brandingstrategie met behulp van analytics-tools. Dit omvat metrics zoals websiteverkeer, engagement op social media, conversiepercentages en leadgeneratie.

- Evalueren van de effectiviteit van de verschillende marketingactiviteiten en aanpassen van de strategie waar nodig.
- A/B-testen uitvoeren om te bepalen welke content en advertenties het beste presteren.
- Rapporteren over de resultaten van de online brandingstrategie aan stakeholders.

**Budget:**

Het totale budget voor de implementatie van de online brandingstrategie bedraagt € 5.000,- per jaar. Dit budget is verdeeld over de verschillende marketingactiviteiten zoals hierboven beschreven.

**Verantwoordelijkheden:**

Het marketingteam is verantwoordelijk voor de algehele implementatie van de online brandingstrategie. De webontwikkelaar is verantwoordelijk voor de ontwikkeling en het onderhoud van de website. De ontwerper is verantwoordelijk voor het visuele ontwerp van de website, infographics en andere marketingmaterialen.

**Tijdlijn:**

De implementatie van de online brandingstrategie zal in fasen plaatsvinden. De eerste fase, die 6 weken duurt, omvat het doelgroeponderzoek, de ontwikkeling van persona's en de creatie van de website en infographic. De tweede fase omvat de continue uitvoering van de marketingactiviteiten, zoals contentmarketing, social media marketing, SEO, influencer marketing, online evenementen en e-mailmarketing. In totaal duurt het 12+ weken.

## Website redesign

The screenshot shows the Fontys website homepage for the HBO-ICT program. At the top left is the Fontys logo. To the right are links for 'English' and 'Zoek' (Search). Below the search bar are navigation links: 'Opleidingen', 'Studiekeuze', 'Onderzoek', and 'Samenwerken'. A large blue call-to-action button on the right says 'Kom kennismaken' (Come meet us) with a 'Ja, dat wil ik' (Yes, I want to) button. The main title 'HBO-ICT' is prominently displayed in a large, bold font. Below it, text reads '4 jaar | Nederlands | HBO-Bachelor | Deeltijd | Start februari en september | Eindhoven'. A dark purple footer bar is at the bottom.

**ICT is overal.** Elke dag wordt er gewerkt aan de ontwikkeling van nieuwe toepassingen. Wil jij een bacheloropleiding volgen in het brede ICT vakgebied? Als omscholing of juist als aanvulling op je huidige ICT-baan? In welke richting je ook verder wilt, bij ons is het mogelijk.

### Kosten?

Wij je niet teveel collegegeld, je dient te betalen voor deze opleiding? Raadpleeg dan de collegegeldregeling. Hier staat ook meer informatie over: betrekking collegegeld door je werkgever of een ander.

Lees meer over subsidieregelingen:

- Leven Lang Leren Krediet
- Beurzen voor leraren
- Subsidieregeling tweede lerarenopleiding



### Waarom de opleiding HBO-ICT?

- ✓ Vierjarige bacheloropleiding in deeltijd 's avonds
- ✓ Open onderwijs, inhoud passend bij eigen werkplek en interesse
- ✓ Flexibel in snelheid en inhoud met werkervaring en voorkeennis. Intake vereist!
- ✓ Verworven competenties verzilveren, aanvullen en verder ontwikkelen
- ✓ Arbeidsmarkt verkennen. Interessant voor carrièreswitchers

The landing page for the HBO-ICT program at Fontys. It features a purple header with the Fontys logo and a search bar. Below the header is a large image of three students looking at a laptop screen. Overlaid on the image is the text "HBO-ICT" in large white letters, followed by "4 jaar | Nederlands | HBO-Bachelor | Deeltijd | Start februari en september | Eindhoven". To the right of the image is a blue call-to-action button with the text "Kom kennismaken" and a "Ja, dat wil ik" button below it.

**ICT is overal.** Elke dag wordt er gewerkt aan de ontwikkeling van nieuwe toepassingen. Wil jij een bachelor opleiding volgen in het brede ICT vakgebied? Als omscholing of juist als aanvulling op je huidige ICT-baan? In welke richting je ook verder wilt, bij ons is het mogelijk.

#### Kosten?

Wil je weten hoeveel een leuke dij-tijd is voor deze opleiding? Neem contact op met de collega-admirel. Hier staan ook meer informatie over inschrijving en logeerd door je werkgever of een ander bedrijf.

- Inschrijven voor de opleiding:
- Leven lang leren
- Beleven voor leren
- Geduldige regeling tweede leerjaaropleiding



#### Waarom de opleiding HBO-ICT?

- ✓ Vierjarige bacheloropleiding in deeltijd's avonds
- ✓ Open onderwijs, inhoud passend bij eigen werkplek en interesse
- ✓ Flexibel in snelheid en inhoud met werkervaring en voorkeur's. Intake vereist!
- ✓ Verworven competenties verzilveren, aanvullen en vorder ontwikkelen
- ✓ Arbeidsmarkt verkennen, interessant voor carrièrewisselaars

## Opbouw

De opleiding HBO-ICT start je met een ICT-brede oriëntatie in drie van de vijf profielen. Daarna start het open onderwijs: je gaat je specialiseren op onderwerpen geheel naar eigen keuze. Met mogelijkheden uit het volledig onderwijsaanbod binnen alle profielen kies je zo je persoonlijke leerroute. Afgestemd op jouw wensen en leerdoelen.

## ICT & Software

Zelfs de beste computer stelt weinig voor zonder goede software. Een software engineer zorgt dat informatie veilig en efficiënt voor gebruikers beschikbaar is en bewerkt kan worden. Bij de richting ICT & Software Engineering leer jij hoe je informatie kunt analyseren. Je leert hoe je vanuit die analyse tot een ontwerp en implementatie (in code) komt. De kwaliteit van de software is daarbij heel erg belangrijk.



## ICT & Media Design

Dit profiel leidt je op tot bedrijfskundig informaticus. In die rol zorg je dat organisaties beter functioneren door hen inzetten van slimme ICT-toepassingen. Je staat een brug tussen het management en de gebruikers aan de ene kant en technici en beheerders aan de andere kant. Daarvoor moet je niet alleen verstand hebben van ICT, maar ook van organisaties, en je moet kunnen communiceren, presenteren en rapporteren.



## ICT & Infrastructure

Bij ICT & Infrastructure word je opgeleid tot infrastructuur engineer. Gebruikers en bedrijven stellen vandaag de dag hoge eisen aan informatie- en communicatiesystemen. Bijvoorbeeld op het gebied van de betrouwbaarheid (lees beschikbaarheid, integriteit en vertrouwelijkheid) en het borgen van continuïteit van ICT-systeem.



## ICT & Media Design

Dit profiel leidt je op tot bedrijfskundig informaticus. In die rol zorg je dat organisaties beter functioneren door hen inzetten van slimme ICT-toepassingen. Je staat een brug tussen het management en de gebruikers aan de ene kant en technici en beheerders aan de andere kant. Daarvoor moet je niet alleen verstand hebben van ICT, maar ook van organisaties, en je moet kunnen communiceren, presenteren en rapporteren.



## ICT & Media Design

Bij ICT & Media Design ben je constant bezig waardevolle, op ICT gebaseerde, toepassingen voor nieuwe media te bedenken en te maken. Je leert kritisch kijken naar de rol van media in de maatschappij. Je bedenkt ICT gebaseerde mediaconcepten, waarmee je verhalen aan jouw doelgroep kunt overbrengen.



The landing page for the AD-ICT program at Fontys University. It features a purple header with the Fontys logo and navigation links for English, Zoek, Opleidingen, Studiekeuze, Onderzoek, and Samenwerken. Below the header is a large banner image showing three students looking at a computer screen. The banner text includes "AD-ICT", "2 jaar | Nederlands | Associate Degree | Deeltijd | Start februari en september | Eindhoven", and a blue button that says "Ja, dat wil ik".

**Wil jij een gerichte ICT-functie** op HBO-niveau of wil je een stap verder zetten in je huidige ICT-functie maar geen 4 jaar studeren? Dan is de Associate Degree opleiding wellicht de juiste match voor jou! Wil je later doorstromen naar de bachelor HBO-ICT, dan is een soepel doorstroomprogramma voor je geregeld.

#### Kosten?

Wil je weten hoeveel een leuke dij-tijd te betalen voor deze opleiding? Neem contact op met de collega's die reeds studeren. Hier staan ook meer informatie over accounting en loonlijst door je werkgever of een agent.

Leveredding voor de opleiding:

- Leven lang leren  
- Beleven voor leren  
- Gedragsleiding tweede leerjaaropleiding



#### Waarom de opleiding AD-ICT?

- ✓ Je hoeft niet direct te kiezen
- ✓ Brede oriëntatie via 3 van 5 ICTrichtingen
- ✓ Onderwijsvorm goed te combineren met je werk en privé
- ✓ Innovatieve leeromgeving
- ✓ Studentenaan onderwijs: geen tentamens, wel individuele begeleiding en beoordeling bij het corpproces

## Opbouw

De opleiding HBO-ICT start je met een ICT-brede oriëntatie in drie van de vijf profielen. Daarna start het open onderwijs: je gaat je specialiseren op onderwerpen geheel naar eigen keuze. Met mogelijkheden uit het volledig onderwijsaanbod binnen alle profielen kies je zo je persoonlijke leerroute. Afgestemd op jouw wensen en leerdoelen.

## ICT & Software

Zelfs de beste computer stelt weinig voor zonder goede software. Een software engineer zorgt dat informatie veilig en efficiënt voor gebruikers beschikbaar is en bewerkt kan worden.

Bij de richting ICT & Software Engineering leer jij hoe je informatie kunt analyseren. Je leert hoe je eruit die analyse tot een ontwerp en de implementatie (in code) komt. De kwaliteit van de software is daarbij heel erg belangrijk.



## ICT & Media Design

Dit profiel leidt je op tot bedrijfskundig informaticus. In die rol zorg je dat organisaties beter functioneren door het inzetten van slimme ICT-toepassingen. Je staat een brug tussen het management en de gebruikers aan de ene kant en technici en beheerders aan de andere kant. Daarvoor moet je niet alleen verstand hebben van ICT, maar ook van organisaties, en je moet kunnen communiceren, presenteren en rapporteren.



## ICT & Infrastructure

Bij ICT & Infrastructure word je opgeleid tot infrastructuur engineer. Gebruikers en bedrijven stellen vandaag de dag hoge eisen aan informatie en communicatiesystemen. Bijvoorbeeld op het gebied van de betrouwbaarheid (lees beschikbaarheid, integriteit en vertrouwelijkheid) en het borgen van continuïteit van ICT-systemen.



## ICT & Media Design

Dit profiel leidt je op tot bedrijfskundig informaticus. In die rol zorg je dat organisaties beter functioneren door het inzetten van slimme ICT-toepassingen. Je staat een brug tussen het management en de gebruikers aan de ene kant en technici en beheerders aan de andere kant. Daarvoor moet je niet alleen verstand hebben van ICT, maar ook van organisaties, en je moet kunnen communiceren, presenteren en rapporteren.



## ICT & Media Design

Bij ICT & Media Design ben je constant bezig waardevolle, op ICT gebaseerde, toepassingen voor nieuwe media te bekijken en te maken. Je leert kritisch kijken naar de rol van media in de maatschappij. Je bedenkt ICT-gedreven mediaprojecten, waarmee je verhalen aan jouw doelgroep kunt overbrengen.

