

Exameneisen en literatuurlijst

NIMA A2 Communicatie

Van toepassing op de examens vanaf januari 2020



Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Examenmethodiek	5
3. Toelichting exameneisen (taxonomie)	6
4. Exameneisen NIMA A 2 Communicatie	7
5. Literatuur NIMA A 2 Communicatie	10
Bijlage 1: European Qualification Framework (EQF).....	11

1. Inleiding

1.1 Inhoud van dit document

Dit document bevat de exameneisen voor het A2-deel van het examen NIMA A Communicatie. Hiermee sluit NIMA aan op de ontwikkelingen in de arbeidsmarkt en het vakgebied Communicatie. Deze eisen gelden, voor onbepaalde tijd, voor de NIMA Examens vanaf 1 januari 2020. Over toekomstige aanpassingen bericht NIMA via haar website www.nima.nl en aan haar Education Partners.

Dit document heeft als doel jou als examenkandidaat of docent te informeren over de eisen die worden gesteld aan een communicatiemedewerker. De exameneisen zijn een weergave van de inhoud en het niveau van deze examenmodule.

Met het diploma NIMA A Communicatie, bestaande uit een A1 en A2 examen, ben je gekwalificeerd om ondersteunende- en uitvoeringswerkzaamheden in het vakgebied Communicatie te verrichten (onder begeleiding van professionals), zoals ook beschreven in de Beroepsniveau Profielen (BNP) van de communicatievakvereniging Logeion.

Met vervolgopleidingen, het afleggen van de NIMA B Communicatie en met meerdere jaren werken in de communicatiepraktijk kun je je verder ontwikkelen tot communicatieprofessional op de niveaus: 'taak-, resultaat- en plannen'.

In dit document is te lezen wat het niveau is van het diploma, de methodiek van de examenmodule A1, de exameneisen, de competentieschalen die van toepassing zijn voor het schriftelijke examen en de lijst met literatuur die als basis dient voor het NIMA Examen.

1.2 Niveau en positionering NIMA A Communicatie

Het examen NIMA A Communicatie vormt de basis voor de beroepsrollen en taken op het niveau van junior communicatiemedewerker. Toetsing vindt plaats op EQF-niveau 4* vastgelegd in het European Qualification Framework. De rollen/taken zijn vergelijkbaar met de BNP 2-3 van Logeion.

* Voor de bepaling van een EQF-niveau wordt gekeken naar de inhoud van de exameneisen en de vorm waarin deze exameneisen worden getoetst. De niveaus in het raamwerk zijn te vergelijken met de bekende reguliere opleidingsniveaus hbo-propedeuse en associate degree. In de bijlage is een overzicht met de beroepsrollen en niveaus in het EQF opgenomen.

Let op! Het examen NIMA A Communicatie bouwt voort op de eisen zoals die genoemd zijn in het examen NIMA Basiskennis Communicatie. De eisen in dit document vertonen daarmee enige gelijkenis. In het A examen wordt echter gevraagd om deze kennis concreet toe te passen in een werkelijke en toetsbare communicatie-omgeving en om de beslissingen die daarbij moeten worden genomen ook te kunnen onderbouwen.

1.3 Beroepenveld NIMA A Communicatie

Als gediplomeerde NIMA A Communicatie werk je op het niveau van communicatiemedewerker in alle sectoren van bedrijvigheid in zowel het MKB, als in een grote (internationale) organisatie, in de non-profitsector of bij de overheid. Met enige jaren ervaring en volgende NIMA diploma's (B en C) kun je daarna werken als senior communicatiemedewerker, (leidinggevend) communicatiemanager of als zelfstandige. Als NIMA gediplomeerde ben je te typeren als een communicatieprofessional die, binnen de organisatiedoelstellingen, op tenminste hbo-niveau ondersteunende en uitvoerende (tactische) werkzaamheden verricht op communicatiegebied, zowel voor de markt waarin je organisatie opereert als voor de communicatie gericht op de eigen (interne) organisatie en over de organisatie (corporate) zelf. Al dan niet onder leiding van een professional werk je binnen aangegeven

kaders zelfstandig aan de uitvoering van het communicatiebeleid en projecten. Je bent in staat te adviseren en te ondersteunen door het verzamelen, bewerken, aanleveren en presenteren van data voor de uitvoering van het communicatiebeleid. Je doet (eenvoudig) onderzoek, bedenkt mede strategieën en communicatiemiddelen, levert deze aan, maakt een mediaplanning, schrijft zelf online en offline content, bewaakt de huisstijl, organiseert evenementen, regelt faciliteiten, begeleidt eenvoudige communicatieplannen in de uitvoering en je bent betrokken bij het crisismanagement en bij de contacten met de pers.

1.4 Competenties en kerntaken gediplomeerden NIMA A Communicatie

Zoals hiervoor omschreven legt het A-diploma de basis voor het zelfstandig uitvoeren van taken als communicatieprofessional op het gebied van de interne-, externe- en marketingcommunicatie. Je toont als gediplomeerde aan te beschikken over de juiste en actuele kennis, houding en vaardigheden om zelfstandig, invulling te geven aan je taken, communicatiewerkzaamheden en -projecten binnen de communicatiebeleidskaders van de organisatie. In grotere organisaties word je daarbij aangestuurd, ondersteund en begeleid door de (eind)verantwoordelijke communicatiemanager.

Ongeacht het niveau waarop je als NIMA gediplomeerde communicatieprofessional in een organisatie werkt, verricht je altijd de volgende kerntaken: analyseren, adviseren, creëren, organiseren, begeleiden en managen. Daartoe beschik je over algemene- en voor het beroep specifieke competenties. Door de diversiteit aan organisatietypen is onderstaande opsomming slechts een niet volgordele en niet limitatieve indicatie.

Aan communicatie gerelateerde competenties

- Ondersteunen bij de ontwikkeling van een (strategisch) communicatieplan
- Voorstellen doen voor de ontwikkeling van een operationeel communicatieplan
- Opzetten, coördineren en uitvoeren van communicatieprojecten
- Ondersteunen en voorbereiden van communicatieonderzoeken
- Ondersteunen bij de ontwikkeling en uitvoering van operationele communicatieactiviteiten
- Opstellen van presentaties
- Voeren van on- en offline klantgesprekken
- Managen van relaties
- Organiseren van verschillende evenementen en bijeenkomsten

Sociale en communicatieve competenties

- Samenwerken met interne en externe contacten
- Schriftelijk, digitale en mondelinge communicatie
- Deelnemen aan verschillende adviserende structuren
- Formuleren van een onderbouwde mening over een communicatievraagstuk

Management en organisatorische competenties

- Plannen van activiteiten
- Initiatief tonen
- Omgaan met vertrouwelijke informatie

Persoonlijke competenties

- Kunnen omgaan met weerstanden
- Openstaan voor vernieuwingen
- Systematisch denken
- In teamverband kunnen werken
- Flexibele instelling
- Professionele kennis en ontwikkelingen in de markt en het vakgebied bijhouden
- Uitstekende beheersing van de Nederlandse taal zowel schriftelijk als mondeling

2. Examenmethodiek

Het examen NIMA A Communicatie bestaat uit twee schriftelijke modules: Module A1 en Module A2 examens waarin kennis, begrip, reproductieve en productieve vaardigheden worden getoetst.

Je bent geslaagd voor het NIMA A Communicatie examen wanneer je voor iedere afzonderlijke module een voldoende resultaat (cijfer van 5,5 of hoger) hebt behaald.

2.1 Examen NIMA A Communicatie

Het A examen bestaat uit de volgende twee examenmodules:

- Module A1: 35 meerkeuzevragen en 2 minicases met elk 5 meerkeuzevragen op kennis- en begripsniveau en reproductieve vaardigheden (90 minuten)
- Module A2: 2 minicases met elk 5 open vragen en 1 artikel met 5 open vragen ('in een gegeven situatie'): kennis-, begripsvragen, reproductieve - en productieve vaardigheden (120 minuten)

Beide examendelen kunnen onafhankelijk (in tijd) van elkaar worden gemaakt.

Voor het examendeel Module A2 gelden dezelfde eisen als voor de Module A1, aangevuld met eisen op het niveau van productieve vaardigheden. *A2 vereist dus ook de kennis gevraagd in de eisen bij A1.*

Beide modules vormen samen het examen dat leidt tot het NIMA A Communicatie diploma.

2.2 Richtlijnen voor de leerstof

NIMA volgt en analyseert de ontwikkelingen in het vakgebied Communicatie vanuit een onafhankelijke positie. NIMA stelt daarom zelfstandig en onafhankelijk eigen exameneisen op en ontwerpt eigen examens Communicatie.

Voor het vakgebied Communicatie is een diversiteit aan literatuur beschikbaar. In de bijlage is een literatuurlijst opgenomen. Het is aan de NIMA Education Partners (de opleiders) en de studerende zelf om de juiste literatuur bij de exameneisen te kiezen.

Ongeacht de literatuur: de exameneisen zijn altijd leidend.

3. Toelichting exameneisen (taxonomie)

NIMA ontwikkelt examens op basis van de NIMA exameneisen. Deze eisen vormen de leerdoelen op basis waarvan wordt geëxamineerd. De eisen geven het niveau aan waarop een gediplomeerde NIMA A Communicatie moet kunnen functioneren. Het niveau van elk leerdoel is vastgelegd in een zogenaamde taxonomie (wetmatige indeling waarin een hiërarchische rangorde een rol speelt).

De NIMA-taxonomie omvat vier categorieën:

- Feitelijke kennis (**K**): bijvoorbeeld een vraag om een definitie te geven.
- Begripsmatige kennis (**B**): bijvoorbeeld uitleggen waarom een SWOT-analyse wordt gemaakt.
- Reproductieve vaardigheden (**RV**): heeft betrekking op standaardprocedures of eenvoudige handelingen. Bijvoorbeeld vaststellen of bij het herhalen van bepaalde informatie in een gegeven situatie sprake is van functionele of disfunctionele redundantie.
- Productieve vaardigheden (**PV**): doen een beroep op inzicht en creativiteit. Het gaat om een oplossing in nieuwe situaties en het kunnen toepassen van verworven kennis en begrip. Bijvoorbeeld het formuleren van een communicatieprobleemstelling op basis van een praktijksituatie.

De volgorde van bovenstaande categorieën vertegenwoordigt een rangorde. Deze rangorde geeft aan dat een kandidaat iets kan toepassen (RV en PV) als hij/zij begrijpt waarover het gaat (B) en daarvoor is het weer noodzakelijk dat je de kennis erover bezit (K). Gedrag van een hogere rangorde is pas uit te voeren als men het gedrag van een lagere rangorde beheerst. Dit betekent echter ook dat in een examen de gestelde hogere eis op een lager niveau kan worden getoetst dan waarop deze eis is opgesteld. Bijvoorbeeld: een eis op RV-niveau kan deze eis ook op begripsniveau (B) worden getoetst.

4. Exameneisen NIMA A Communicatie

1. Communicatie, het vakgebied

De kandidaat kan:

- 1.1 in een gegeven situatie zender, boodschap, medium/kanaal en ontvanger toepassen (PV)
- 1.2 in een gegeven situatie interpersoonlijke communicatie toepassen (PV)
- 1.3 in een gegeven situatie de organisatieplaats van de afdeling Communicatie met de begrippen staf- en lijnfunctie toepassen (PV)
- 1.4 in een gegeven situatie argumenten bedenken voor de positionering van een afdeling Communicatie in de lijn of als staffunctie (PV)
- 1.5 in een gegeven situatie aan de hand van stappen een eenvoudig communicatieplan opstellen (PV)

2. Corporate communicatie

De kandidaat kan:

- 2.1 in een gegeven situatie argumenten voor de keuze van een organisatie voor een branded, endorsed of monolithische identiteit bedenken (PV)
- 2.2 in een gegeven situatie argumenten voor de ontwikkeling van een nieuwe of aanpassing van een bestaande huisstijl bedenken (PV)
- 2.3 in een gegeven situatie de argumenten voor een programma van eisen opstellen/bedenken voor een nieuwe huisstijl (PV)
- 2.4 in een gegeven situatie passende on- en offline huisstijldragers bedenken (PV)
- 2.5 in een gegeven situatie een advies uitbrengen over de inzet van middelen voor de arbeidsmarktcommunicatie van een organisatie (PV)
- 2.6 in een gegeven situatie een online personeelsadvertentie opstellen (PV)
- 2.7 in een gegeven crisissituatie een advies/voorstel voor de interne en/of externe communicatie (online en offline) formuleren (PV)

3. Interne communicatie

De kandidaat kan:

- 3.1 in een gegeven situatie mogelijkheden adviseren om de weerstand bij veranderingen te verminderen (PV)
- 3.2 in een gegeven situatie een advies uitbrengen voor de inzet van online en/of offline interne communicatiemiddelen (PV) *mondeling/schriftelijk/voor- en nadelen/ voorbeelden*

4. Marketingcommunicatie

De kandidaat kan:

- 4.1 in een gegeven situatie de vijf P's (met voorbeelden) uit de marketingmix vaststellen (PV)
- 4.2 in een gegeven voorbeeld de juiste fase van de productlevenscyclus vaststellen (PV)
- 4.3 in een gegeven situatie een advies geven over de inzet van thema- en/of actiecommunicatie (PV)
- 4.4 in een gegeven situatie de begrippen informationele, transformationele en tweezijdige positionering toepassen (PV)
- 4.5 in een gegeven situatie de push- en/of pullstrategie toepassen (PV)
- 4.6 in een gegeven situatie de juiste soorten reclame inzetten (PV)
- 4.7 in een gegeven situatie omnichannel toepassen (PV)
- 4.8 in een gegeven situatie de organisatie over de inzet en de vorm van sponsoring adviseren (PV)
- 4.9 in een gegeven situatie adviseren over de inzet van een type event (PV)
- 4.10 in een gegeven situatie over de redenen voor een beursdeelname door een organisatie adviseren met daarbij de voor- en nadelen (PV)

- 4.11 in een gegeven situatie de stappen voor het organiseren van een beurs/event formuleren (PV)
- 4.12 in een gegeven situatie een voorstel voor de keuze van een type beursstand formuleren (PV)
- 4.13 in een gegeven situatie adviseren over de organisatie van een bedrijfsbezoek/open dag (PV)
- 4.14 in een gegeven situatie adviseren over de inzet van een congres, conferentie, seminar, symposium, workshop (PV)
- 4.15 in een gegeven situatie een voorstel voor guerrillamarketing formuleren (PV)
- 4.16 in een gegeven situatie een (eenvoudige) online marketingcommunicatiestrategie formuleren (PV)

5. Analyseren - onderzoeken - adviseren

De kandidaat kan:

- 5.1 in een gegeven situatie een omgevingsanalyse (*macro, meso, micro*), een interne en externe analyse van de organisatie voor de communicatie maken (PV)
- 5.2 in een gegeven situatie een SWOT-analyse met confrontatiematrix maken (PV)
- 5.3 in een gegeven situatie het onderzoeksdoel, de stappen van een onderzoekstraject en een (eenvoudige) onderzoeksopdracht formuleren (PV)
- 5.4 in een gegeven onderzoekssituatie op basis van een probleem een probleemstelling, een onderzoeksvraag met deelvragen formuleren (PV)

6. Het communicatieplan

De kandidaat kan:

- 6.1 in een gegeven situatie de onderdelen van een communicatieplan formuleren (PV) *analyse, doelgroepen, doelstellingen, boodschap, strategie, concept, middelen, tijdsplanning, budget, evaluatie.*
- 6.2 in een gegeven situatie de onderdelen van de Communicatie Canvas volgens Michels formuleren (PV) *organisatievraag, interne analyse, externe analyse, stakeholders/doelgroepen, positionering, propositie, strategie. Concept, middelen, content, tijd, budget*
- 6.3 in een gegeven situatie de relatie tussen het organisatieprobleem en de rol van communicatie daarin formuleren (PV)
- 6.4 in een gegeven situatie een interne - en externe en SWOT-analyse voor een communicatieplan uitvoeren (PV)
- 6.5 in een gegeven situatie doelgroepen segmenteren (PV) *geografisch, socio-economisch, psychografisch, gebruikersgedrag*
- 6.6 in een gegeven situatie communicatiedoelstellingen (met kennis, houding en gedrag) SMART formuleren (PV)
- 6.7 in een gegeven situatie marketingcommunicatiedoelstellingen SMART formuleren (PV)
- 6.8 in een gegeven situatie een (marketing-)communicatiestrategie formuleren (PV) *wie (doelgroep), wat (kernboodschap), hoe (middelen), wanneer (tijdsplanning)*
- 6.9 in een gegeven situatie een onderscheidende, begrijpelijke, herkenbare boodschap met een passende tone of voice formuleren (PV)
- 6.10 in een gegeven situatie een propositie formuleren (PV)
- 6.11 in een gegeven situatie een van de vier concepten volgens Michels als onderdeel van een communicatieplan formuleren (PV) *effect-, vergelijkings-, explicatie- en associatieconcept*
- 6.12 in een gegeven situatie de communicatiemiddelen in een communicatieplan formuleren (PV)
- 6.13 in een gegeven situatie een doelgroep/middelenmatrix formuleren (PV)
- 6.14 in een gegeven situatie een tijdsplanning voor een communicatieplan formuleren (PV)
- 6.15 in een gegeven situatie van een communicatieplan de centrale vragen voor een evaluatie formuleren (PV) *wat: effect meten/product gerealiseerd en hoe: procesevaluatie/wat kan er beter*

7. Content en media

De kandidaat kan:

- 7.1 in een gegeven situatie content formuleren die aan de juiste voorwaarden voldoet (PV) *sluit aan bij beleving/interesses doelgroep, actueel/nieuswaarde, passend bij identiteit en business van de organisatie*
- 7.2 in een gegeven situatie een contentstrategie formuleren met de elementen uit de Content Circle van Michels (PV)
- 7.3 in een gegeven situatie van een organisatie de centrale vragen van een corporate story invullen (PV) *wie zijn wij, wat maakt ons uniek, wat is onze droom*
- 7.4 in een gegeven situatie een tekst volgens de AIDA-formule formuleren (PV)
- 7.5 in een gegeven situatie een informerende of een wervende tekst formuleren (PV)

- 7.6 in een gegeven situatie van een contentstrategie een crossmediale aanpak formuleren (PV)
- 7.7 in een gegeven situatie een mediaplanning in stappen opstellen (PV) *media selecteren, plaatsingsschema en kosten bepalen, content creëren, controleren en evalueren.*
- 7.8 in een gegeven situatie een doelgroepgerichte tekst formuleren (PV)
- 7.9 in een gegeven situatie een bestaande tekst inhoudelijk en taalkundig redigeren (PV)

8. Organiseren

De kandidaat kan:

- 8.1 in een gegeven situatie een stappenplan voor een bureauselectie formuleren (PV)
- 8.2 in een gegeven situatie een advies formuleren over de inzet van professionals als fotograaf, filmproducent en tekstschrijver (PV)
- 8.3 in een gegeven situatie een advies formuleren over het afkopen van het portretrecht en het gebruik van foto's en/of film in de communicatiemiddelen (PV)
- 8.4 in een gegeven situatie een briefing schrijven voor professionals die een opdracht op het gebied van tekst en/of beeld gaan uitvoeren (PV)
- 8.5 in een gegeven situatie beargumenteren of een vormgeving past bij een boodschap (PV)
- 8.6 in een gegeven situatie van een event een checklist of draaiboek formuleren (PV)
- 8.7 in een gegeven situatie van een bijeenkomst de evaluatievragen en de vormen van nazorg formuleren (PV)

9. Omgaan met de pers

De kandidaat kan:

- 9.1 in een gegeven situatie een advies uitbrengen over het geven van een (telefonisch, persoonlijk, radio en tv) interview (PV)
- 9.2 in een gegeven situatie vragen formuleren voor een Q & A list (Vraag & Antwoord overzicht) (PV)
- 9.3 in een gegeven situatie de stappen voor de organisatie van een persconferentie of persbezoek formuleren (PV)
- 9.4 in een gegeven situatie een persbericht formuleren (PV)

5. Literatuur NIMA A Communicatie

NIMA schrijft aan examenkandidaten en opleiders geen verplichte literatuur voor het vakgebied Communicatie voor.

De exameneisen in dit document zijn de leerdoelen. Ze zijn daarmee voor jou als examenkandidaat leidend bij het bestuderen van de leerstof.

De kennis voor dit examendeel Communicatie A2 is onder andere in de aanbevolen literatuur hieronder (als boek, maar vaak ook online) terug te vinden.

Onderstaand literatuuroverzicht wordt door de examenontwerpers en de Examencommissie gebruikt als basis voor het ontwikkelen van de examens Communicatie A2. Daar waar in de eisen specifiek gebruik wordt gemaakt van bepaalde literatuur is naar de auteur(s) verwezen.

Aanbevolen offline literatuur

- Michels (2019). Communicatie Handboek (6^e dr). Noordhoff Uitgevers BV (ISBN 978-90-01-89989-9)
- Hoogendoorn (2011). Communicatieonderzoek (6^e druk). Coutinho. (ISBN 978-90-469-0280-6)

Aanbevolen online literatuur

www.adformatie.nl

www.communicatieonline.nl

www.communicatiekc.com

www.kittyhawk.nl

www.marketingfacts.nl

www.dutchcowboys.nl

www.frankwatching.com

www.internetwoordenboek.nl/

Bijlage: European Qualification Framework (EQF)

EQF Niveau	Functie	Diploma's	Kennis	Vaardigheden	Verantwoordelijkheid
Niveau 3-4	Junior Practitioner	NIMA Basiskennis Marketing NIMA Basiskennis Online Marketing NIMA Basiskennis Communicatie NIMA Basiskennis Sales	Feitenkennis en basisbegrippen van de theorie.	Basiskaarigheden om tot oplossingen te komen.	Verantwoordelijkheid nemen om taken te voltooien.
Niveau 4 MBO	Marketing Practitioner Online Marketing Practitioner Communication Practitioner Sales Practitioner	NIMA A Marketing NIMA A Online Marketing NIMA A Communicatie NIMA A Sales	Algemeen praktische en theoretische kennis, relevant voor het werk of de studie.	Gespecialiseerde cognitieve en praktische vaardigheden om tot oplossingen voor problemen binnen het werk of de studie te komen.	Zelfstandig functioneren binnen werk of studie, ook als deze aan veranderingen onderhevig zijn. Toezicht op het werk van anderen nemen en enige verantwoordelijkheid nemen om werk- en studieactiviteiten van anderen te evalueren en te bevorderen.
Niveau 5 HBO	Marketing Associate Junior Marketeer		Uitgebreide praktische en theoretische kennis van het gespecialiseerde werk- of studieveld.	Een uitgebreide reeks van gespecialiseerde cognitieve en praktische vaardigheden om creatieve oplossingen voor concrete en abstracte problemen te ontwikkelen.	Werk- en studieactiviteiten van anderen in onvoorspelbare situaties aansturen en onder toezicht houden. De eigen prestatie en die van anderen beoordelen en ontwikkelen.
Niveau 6 HBO SMP / SDP / SCP	Marketing Manager Communication Manager Sales Manager	NIMA B Business Marketing NIMA B Consumentenmarketing NIMA B Digital Marketing NIMA B Corporate Communicatie NIMA B Marketingcommunicatie NIMA B Non-profit/ Overheidscommunicatie NIMA B Sales (Accountmanager of Verkoopleider)	Gevorderde praktische en theoretische kennis van het werk- of studieveld, en in staat tot kritisch begrip van theorieën en grondlagen.	Gevorderde vaardigheden, kennis en innovatie, die in een complex en gespecialiseerd werk- of studieveld nodig zijn om tot oplossingen voor onvoorziene problemen te komen.	Complex, technische of professionele activiteiten of trajecten aansturen en verantwoordelijkheid voor besluitvorming nemen in onvoorspelbare werk- en studietoelagen. Werk- en studiegroepen leiden.
Niveau 7 WO	Marketing Director Strategisch Marketeer	NIMA C	Hooggespecialiseerde praktische en theoretische kennis van het werk- of studieveld, en in staat tot kritische oordeelvorming met betrekking tot het vakgebied en daaraan grenzende vakgebieden.	Gespecialiseerd onderzoek en probleemoplossende vaardigheden, zoals analyse en synthese, om nieuwe kennis en procedures te ontwikkelen en integreren.	Leiderschap en innovatie in de werk- en studiegebieden te demonstreren, die complex en onvoorspelbaar zijn en die nieuwe strategische benadering vereisen. Verantwoordelijkheid nemen om persoonlijke ontwikkeling voort te brengen die kan bijdragen tot professionele kennis en vaardigheden om strategische teamprestaties te beoordelen.
Niveau 8 WO RM / EMP	CMO Marketing Director Strategisch Marketeer		Meest geavanceerde en gespecialiseerde praktische en theoretische kennis van het werk of de studie en daaraan gerelateerde vakgebieden.	Meest geavanceerd en probleemoplossend vermogen, waaronder synthese en evaluatie, ten behoeve van kritische probleemoplossing en om bestaande kennis te herdefiniëren.	Autoriteit, innovatie, autonomie, professionele integriteit en betrokkenheid ter bevordering van nieuwe ideeën of processen binnen het werk- of studieveld (inclusief onderzoek).

*EQF = European Qualification Framework. Binnen het European Marketing Confederation (EMC) zijn alle examens op basis van het EQF internationaal erkend, waarbij een examen op EQF niveau is vastgesteld en onderling wordt erkend.