Infosheet Strategische Communicatie Challenge 2021 - 2022

**Doelstelling Opdracht**

Organisaties krijgen vandaag te maken met heel wat **uitdagingen** op vlak van **strategische communicatie**. Dit kunnen uitdagingen zijn zowel op vlak van *corporate communicatie* (interne communicatie, crisis communicatie, reputatiemanagement) als *marketingcommunicatie* (nieuw product in de markt zetten, nieuwe doelgroep aanspreken, etc.).

Studenten uit de **master Communicatiemanagement** gaan aan de slag met deze uitdagingen, formuleren concrete beleidsaanbevelingen en werken een communicatieplan uit op basis van een uitgebreide desk research en een empirisch onderzoek. Ze starten met de challenges **eind september 2021** en leveren hun eindrapport op midden **mei 2022**. Tussentijds brengen ze twee bezoeken aan de organisatie: een eerste om de organisatie van binnenuit te leren kennen (oktober 2021) en een tweede om de resultaten van hun desk research te presenteren (december 2021). De studenten worden nauw begeleid door een team van de UGent en binnen de organisatie zelf wordt eveneens een verantwoordelijke aangeduid aan wie studenten tussentijds rapporteren en van wie ze feedback ontvangen op tussentijdse deliverables.

De organisaties maken een korte video (+/- 5 min.) waarin ze de organisatie voorstellen en de uitdaging waarmee de organisatie te maken heeft schetsen. Het is erg belangrijk om duidelijk de vragen te formuleren waarop u als organisatie een antwoord wil krijgen.

We werken ondertussen reeds voor het vierde jaar op rij samen met een hele reeks aan organisaties uit de profit en non-profit sector (bijv. Kinepolis, Colruyt Group, Haven Gent, Tessenderlo Group, Honda, Cycling Vlaanderen, Flanders Food, Politie Brugge, Politie Gent, Amnesty International, Velt, Gezinsbond, etc.). Deze samenwerkingen resulteerden in vele interessante projecten waar de organisaties mee aan de slag konden.

Er wordt **geen financiële vergoeding** gevraagd, maar organisaties verbinden zich er wel toe om 1) de video aan te leveren, 2) studenten te ontvangen in de organisatie, 3) studenten alle nodige materiaal aan te leveren (bijv. inzichten uit voorgaande studies, interne rapporten, etc.), 4) de dataverzameling te faciliteren (bijv. survey uitsturen naar medewerkers, medewerkers tijd geven om tijdens de werkuren deel te nemen aan interviews, lokalen ter beschikking te stellen voor het onderzoek, kleine incentives te voorzien voor deelnemers aan onderzoek, etc.), 5) midden mei aanwezig te zijn tijdens de eindpresentatie. De organisaties ontvangen een rapport met een neerslag van de desk research, het onderzoek, de beleidsaanbevelingen en het communicatieplan.

**Praktische informatie organisatie**:

Naam organisatie:

Website:

Adres:

Contactpersoon:

E-mail:

Telefoonnummer:

Werkzaam in de afdeling:

|  |
| --- |
| Korte omschrijving van de activiteiten van de organisatie: |
|  |
| Algemeen thema van de case: |
| 0 Interne Communicatie  0 Crisiscommunicatie  0 Corporate Social Responsibility  0 Reputatiemanagement  0 Marketingcommunicatie  0 Andere: ……………………………….. |
| Probleemstelling / onderzoeksvraag (in 1 zin): |
|  |
| Korte omschrijving van de probleemstelling / onderzoeksvraag: |
|  |
| Vooropgestelde onderzoeksmethodiek: kwalitatief (interviews, focusgroep,…) of kwantitatief (schriftelijke of online enquête, experiment, aantal deelnemers,…). Graag zo veel mogelijk informatie geven. |
|  |
| Opmerkingen: |
|  |

Wij danken u alvast voor uw interesse en hopen op een goede samenwerking.

Barbara Behre

Barbara.Behre@Ugent.be

(09/264.67.13)

Vakgroep Communicatiewetenschappen  
Campus Aula  
Korte Meer 11  
9000 Gent