

# Sudiewijzer Toegepast Communicatie Onderzoek Studentenhandleiding

## Inleiding

Via communicatieonderzoek wordt op een systematische wijze informatie verzameld over allerlei aspecten van het communicatieproces van organisaties. In dit moduulblok wordt ingegaan op de mogelijkheden en onmogelijkheden van onderzoek ten behoeve van de professionele communicatie, waarbij we ons vooral richten op de fase van het ontwerp van onderzoek. Het gaat daarbij om vragen als: 'Waarom onderzoek?', 'Wat is het probleem?', 'Wat moet onderzocht worden?', 'Wat voor type onderzoek moet er gedaan worden?' en 'Hoe wordt het onderzoek opgezet?'. Er zijn vele vormen van communicatieonderzoek te onderscheiden (zie Hogendoorn, 2002). In dit moduul worden de belangrijkste onderzoeksstrategieën behandeld en wordt aan de hand van voorbeelden besproken hoe deze strategieën worden toegepast in de vorm van communicatieonderzoek. Tevens wordt via een praktijkopdracht geoefend in het opzetten van een onderzoek. Studenten maken individueel een onderzoeksopzet ter voorbereiding op TCO 2B. In deze vervolgmodule gaan ze het onderzoek daadwerkelijk uitvoeren. Thema van het onderzoek is reputatieonderzoek, dit sluit aan bij het project in blok B. In dit blok (TCO 2A) wordt de onderzoeksopzet voor het reputatieonderzoek gemaakt, waarbij de student een organisatie uit zijn of haar directe omgeving kiest (bijbaan, sportvereniging enz).

### Leerdoelen:

- Het onderkennen en analyseren van een communicatieprobleem.*
- Een communicatieonderzoeksvraag kunnen definiëren.*
- Een communicatieonderzoek kunnen ontwerpen.*

### Aan de orde komen de volgende onderwerpen:

- het doel van onderzoek (en communicatieonderzoek);
- verschillende toepassingen van communicatieonderzoek;
- specifieke toepassing van reputatieonderzoek;
- het onderzoeksontwerp;
- de probleemstelling;

- typen onderzoek;
- soorten strategieën dataverzameling;
- steekproefproblematiek.

### **Competenties**

De student moet aan het eind van de studie: *naar aanleiding van een communicatievraagstuk een toegepast onderzoek kunnen ontwerpen, uitvoeren, analyseren en rapporteren om deze onderzoeksresultaten te kunnen hanteren als input voor beleidsaanpassingen (doel en strategie) op het strategische planningsniveau van geïntegreerde communicatie.*

Voor TCO 2A staat het eerste deel van de competentie centraal:

*De student kan naar aanleiding van een communicatievraagstuk een toegepast communicatieonderzoek ontwerpen.*

### **Relevantie beroepenveld**

Onderzoek doen hoort bij het uitoefenen van het communicatievak. Je kunt wel plannen maken of adviezen schrijven, maar deze plannen moeten onderbouwd worden. Daarvoor is het doen van onderzoek noodzakelijk.

### **Plaats binnen de opleiding**

Deze module (TCO 2A) wordt in het tweede studiejaar (periode 1 en 3) twee maal aangeboden. Het vak sluit qua inhoud aan op het project in blok 2B: reputatiemanagement. TCO-2A en TCO-2B vormen samen de basis voor de hierboven beschreven competentie (o.2). In het derde jaar vindt verdieping van deze competentieplaats in het project 3C.

### **Hoe gaan we te werk?**

#### *De conceptuele leerlijn*

Deze module behoort tot de conceptuele leerlijn. In deze leerlijn staat de theorie (kennis) centraal. In de conceptuele leerlijn verwerf je kennis en inzichten die je nodig hebt om beroepsproducten, zoals bijvoorbeeld een folder of een communicatieplan, te kunnen maken. Dit betekent niet dat je als student in deze leerlijn de rol van luisteraar hebt en dat de docent je interessante theorieën aanreikt. Leren is een activiteit en dus moet je zelf actief aan de slag om kennis op te doen. Je onderhoudt iets veel beter als je moeite hebt gedaan om kennis te verwerven. Het volgen van een college is één van de minst effectieve middelen om kennis tot je te nemen.

#### *Relatie met project*

Kernactiviteit in elk blok is het project. In het project leer je beroepsproducten te

maken. In dit blok staat het uitbesteden van marketingcommunicatiecampagnes centraal. Echter, TCO<sub>2</sub>A dient ter voorbereiding van het uit te voeren onderzoek in blok B. Daar staat werken aan de identiteit en de reputatie van organisaties centraal. In de module TCO<sub>2</sub>A krijg je handvaten aangereikt die je kunnen helpen bij het opzetten van een reputatieonderzoek. In de module TCO<sub>2</sub>B voer je een reputatieonderzoek uit.

### *Blackboard*

Bij deze module wordt gebruik gemaakt van Blackboard. Blackboard wordt gebruikt als informatiebron (je vindt er verschillende achtergronddocumenten en collegesheets), als communicatietool (voor communicatie met je teamgenoten en met je docenten/tutores) en als werkomgeving (via Blackboard lever je elke keer je weekopdracht in).

Om toegang te hebben tot de informatie op Blackboard dien je jezelf elektronisch in te schrijven. Dit doe je door naar de site <http://blackboard.windesheim.nl> te gaan en daar in te loggen. Eenmaal op de pagina wordt je gevraagd je gebruikersnaam en wachtwoord in te geven. Als *username* kun je je studentnummer gebruiken. Zet wel een s voor je nummer. Het *password* is een w plus je geboortedatum (ddmmjj).

Eenmaal op de site kun je deze cursus vinden onder het tabblad *courses*. Daar klik je op cursussen voor de opleiding communicatie. Zoek de gewenste cursus (in dit geval 'communiceren met publieks- en doelgroepen'). Rechts van deze titel vind je de button *enroll*. Op de modulepagina vind je de sheets, links naar relevante sites, opdrachten et cetera.

Je dient (verplicht) gebruik te maken van de inlevermogelijkheden van Blackboard (assignments). Opdrachten die je niet of niet op tijd via Blackboard inlevert worden niet beoordeeld.

### **Opdracht**

#### *Inhoudelijk*

De opdracht is het schrijven van een onderzoeksopzet. In deze onderzoeksopzet komen begrippen uit de onderzoeksmethodologie aan de orde. Deze begrippen leg je uit. In de opzet staat het doen van reputatieonderzoek centraal. Je zoekt zelf een bedrijf waarbij je dit onderzoek daadwerkelijk in blok B wilt uitvoeren. Je vraagt toestemming aan dit bedrijf om het onderzoek te mogen doen.

#### *Procesmatig*

De deadline voor de onderzoeksopzet is week 6. Tussendoor wordt in week 2 verwacht dat je één A4'tje inlevert met de aanleiding, probleemstelling en operationalisatie. In week 4 wordt verwacht dat je tijdens de les kort presenteert (vijf

minuten) wat je tot dan toe hebt ontwikkeld. In week 6 wordt verwacht dat je de vragenlijst schriftelijk aan het begin van de les aanlevert.

### Literatuur

Kaap, G. van der (2006). *Toegepast Communicatieonderzoek*. Amsterdam: Boom Onderwijs.

Fombrun, Ch.J. & Riel, C.B.M. van (2004). *Reputatiemanagement* (H3, pp. 43-52; H11, pp. 189-203). Amsterdam: Pearson Education Benelux.

Hogeweg, R. (2004). *Een goed rapport*. Utrecht: ThiemeMeulenhoff.

De literatuur die je verder nodig hebt voor deze module bestaat daarnaast uit artikelen/samenvattingen/collegesheets die je kunt vinden op internet, Blackboard en in de mediatheek. Je dient zelf actief op zoek te gaan naar ‘nieuwe’ achtergrondinformatie.

### Fasering

1: uitleg opdracht opzet (2A) en link met eindopdracht 2b + uitleg soorten onderzoek, onderzoeksfasen en probleemstelling. Vorm: werkcollege.

Week 2: vervolg probleemstelling – operationalisatie/reputatieonderzoek, start uitleg bureauonderzoek. Vorm: werkcollege.

Week 3: uitleg survey, start uitleg steekproefformule. Vorm: werkcollege.

Week 4: vervolg steekproefuitleg. Vorm: werkcollege + presentaties stand van zaken onderzoeksopzet.

Week 5: uitleg kwalitatief veldonderzoek, vormen van dataverzameling. Vorm: werkcollege.

Week 6: uitleg betrouwbaarheid vier aspecten, tips over enquêtevragen, uitleg schrijven opzet. Vorm: werkcollege.

Week 7: uitleg experiment, proeftentamen. Vorm: werkcollege/responsiecollege.

### Hoe word je beoordeeld?

Je hebt deze module succesvol afgerond als je een voldoende krijgt voor:

- het multiplechoicetentamen: cijfer (100%);
- onderzoeksopzet: go/no go.

## Planning

Week	College	Stof	Opricht	Deadline
1	Uitleg opdracht opzet (2A) en eindopdracht 2b + uitleg soorten onderzoek, onderzoeksfasen en probleemstelling.	Van der Kaap: inleiding, H1 en H2	Maak een inhoudsopgave voor de opzet, kies een bedrijf uit je omgeving.	
2	Vervolg probleemstelling – operationalisatie/ reputatieonderzoek.	Van der Kaap: inleiding, H1 en H2 + H7. Fombrun/Van Riel: deel H3: blz. 43 -51, H11: blz. 189 - 203	Bedenk de probleemstelling: bedenk doelstelling en mogelijke vraagstellingen. Operationaliseer belangrijkste reputatiebegrippen. Geef definitieve keuze door aan de docent.	Begin college: keuze bedrijf + duo doorgeven.
3	Uitleg bureauonderzoek en survey, start uitleg steekproefformule.	Van der Kaap: deel H3: t/m survey.	Kies het soort onderzoek en de best passende strategie.	Begin college: aanleiding, probleemstelling + operationalisatie inleveren.
4	Vervolg steekproefuitleg + korte presentaties stand van zaken.	Van der Kaap: H3 deel over steekproeven.	Bepaal de populatie en de steekproefmethode.	In college korte presentatie (5 min) stand van zaken.
5	Uitleg kwalitatief veldonderzoek, vormen van dataverzameling.	Van der Kaap: deel H3: kwalitatief veldonderzoek, H4.	Bedenk enquête/intervievvragen.	Begin college: vragenlijst inleveren.
6	Uitleg betrouwbaarheid vier aspecten, tips over enquêtevragen, uitleg schrijven opzet.	Van der Kaap: nogmaals H3, H4 + H6. Hogeweg: helemaal.	Onderbouw je opzet op vier aspecten van betrouwbaarheid.	Week 6: Vrijdag 17:00 uur inleveren opdracht.
7	Uitleg experiment, proeftentamen.	Van der Kaap: deel H3: experimenten, H8, herhaling alle stof behalve H5.	Eindopdracht: onderzoeksopzet.	Afspraak docent feedback op opdracht.
8			Schriftelijk tentamen	Afspraak docent feedback op opdracht.

## Opdracht TCO<sub>2</sub>A Onderzoekstopzet reputatieonderzoek

### Doelen

*Het onderkennen en analyseren van een communicatieprobleem.*

*Een communicatieonderzoeksvraag kunnen definiëren.*

*Een communicatieonderzoek kunnen ontwerpen.*

### Achtergrond

Elke organisatie krijgt te maken met reputatievraagstukken. In het project van het volgende blok (2B) wordt dieper ingegaan op de theorie rond reputatie. Een goede reputatie speelt een belangrijke rol bij het succes van een onderneming (zie ondermeer Fombrun en Van Riel, 2004, hoofdstuk 11). Reputatie kun je ondermeer onderzoeken met behulp van het reputatiequotient (zie: Fombrun en van Riel, 2004, blz. 43-51). Om onderzoek uit te kunnen voeren moet je in een onderzoeksopzet maken: een plan van aanpak hoe je het onderzoek van plan bent uit te voeren.

### Opdracht

Je kiest zelf een organisatie uit je directie omgeving die je gaat analyseren. Je moet wel *toestemming* aan het bedrijf zelf vragen, omdat je in blok 2B het onderzoek werkelijk gaat uitvoeren. Om te voorkomen dat iedereen dezelfde organisatie kiest leg je aan het begin van het college van week 2 je keuze voor aan de docent.

Je schrijft een onderzoeksopzet ter voorbereiding van blok TCO<sub>2</sub>B. In blok B wordt het onderzoek daadwerkelijk uitgevoerd. Leg in de onderzoeksopzet de volgende begrippen uit (verwijs waar nodig naar literatuur!) en maak *beargumenterde* keuzes.

- Definitie probleemstelling met behulp van (Communicatie) theorie:
  - doelstelling
  - vraagstellingen

Formuleer een doelstelling en meerdere vraagstellingen. Gebruik hierbij theorie over reputatiemanagement. Leg uit welke verschillende typen vraagstellingen er zijn. Geef per vraagstelling aan welk *type* het is.

NB Lever de probleemstelling samen met de aanleiding en de operationalisatie in week 3 aan het begin van het college schriftelijk in.

– Operationalisatie

Operationaliseer de belangrijkste begrippen uit je vraagstellingen in meetbare termen, weer met behulp van de (communicatie) theorie. Leg tevens uit wat in dit verband *begripsvaliditeit* betekent en hoe je deze in je onderzoek probeert te waarborgen. Gebruik bij je operationalisatie vooral boeken over reputatiemanagement. Bedenk variabelen die je kunt onderzoeken, bijvoorbeeld vragen die je van plan bent aan respondenten te stellen. Geef aan welke vragen passen bij welke vraagstellingen.

NB Lever de probleemstelling samen met de aanleiding en de operationalisatie in week 3 aan het begin van het college schriftelijk in.

– Soort onderzoek

Welke vraagstelling staat in je onderzoek *centraal*? Beargumenteer op basis van de meest *essentiële* vraagstelling welk *soort* onderzoek het meest passend is. Leg van het *gekozen soort* onderzoek uit wat daar onder wordt verstaan (dus geen uitleg van alle soorten onderzoek, alleen van het soort onderzoek wat je kiest).

– Type strategie

Beargumenteer welke *strategieën* het meest passend zijn bij het gekozen type onderzoek (ook hier weer alleen die strategieën die je gaat gebruiken). Leg de *gekozen strategieën* uit.

– Onderzoeksdoelgroep/steekproef/populatie

Bedenk wie je wilt onderzoeken, denk hierbij aan de populatie, steekproef, grootte enzovoort. Maak zoveel mogelijk concreet, oftewel hoe ga je het uitvoeren? Leg uit wat in dit verband het begrip *generaliseerbaarheid* betekent en bedenk óf, en zo ja, op welke manier je generaliseerbaarheid in je eigen onderzoek probeert te waarborgen.

– Dataverzameling

Beargumenteer welke methode van *dataverzameling* je binnen je strategie het beste kunt kiezen. Geef voor- en nadelen van verschillende methoden en beargumenteer welke het meest voor de hand ligt in je onderzoek. Geef tevens aan hoe je de *nadelen* probeert te *beperken*. Leg uit wat met betrekking tot de methode van dataverzameling het begrip *betrouwbaarheid* betekent en hoe je deze betrouwbaarheid kunt waarborgen (dus hoe je concreet het onderzoek zo betrouwbaar mogelijk gaat uitvoeren). Bedenk hoe je het onderzoek concreet uit wilt voeren, bedenk instructies, de inleiding, de vragenlijst zelf enzovoort.

NB De vragenlijst lever je schriftelijk in aan het begin van het college in week 5.

– Planning

Maak een planning van het onderzoeksproces. Hoe lang gaat het *hele* onderzoek duren?

– Budgettering

Maak een budgettering van het onderzoeksproces. Welke kosten en baten zijn er te verwachten bij de uitvoering van het *hele* onderzoek?

- Bedenk zelf wat in bijlagen komt en wat in de onderzoeksopzet zelf. Voeg de bijlagen toe aan de onderzoeksopzet. Denk ook aan structuur enzovoort (zie: Hogeweg, 2002). De vragenlijst (enquête of topiclijst) is in elk geval een verplichte bijlage.

NB De onderzoeksopzet lever je schriftelijk in: week 6 vrijdag 17:00 uur.

### *Eisen*

Je laat zien dat je de terminologie van de methodologie van toegepast onderzoek begrijpt en kunt toepassen op een opzet voor een reputatieonderzoek.

Omvang maximaal tien A4'tjes (exclusief voorblad, inhoudsopgave, bijlagen enzovoort).

Kwaliteit van het resultaat:

- voldoet aan vorm- en stijleisen van het beoogde product;
- is in correct en aantrekkelijk Nederlands geschreven;
- is voldoende gericht op het uiteindelijke doel;
- bevat toelichting en verantwoording van keuzes;
- geraadpleegde bronnen zijn betrouwbaar en up-to-date;
- bevat literatuurverwijzingen waar nodig en een referentielijst;
- de beroepsproducten zijn tot stand gekomen met de voorhanden zijnde software-programma's.

### *Deadline*

Week 6: vrijdag om 17.00 uur