

Exameneisen

NIMA B2 Corporate Communicatie

Van toepassing op de examens vanaf januari 2026



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1. Inleiding.....	3
1.1 Inhoud van dit document.....	3
1.2 Niveau en positionering NIMA B Communicatie specialisatie Corporate Communicatie	3
1.3 Beroepenveld NIMA B Communicatie	3
1.4 Taken en vaardigheden gediplomeerde NIMA B Communicatie.....	3
2. Examenmethodiek.....	5
2.1 Opbouw van het NIMA B Examen	5
2.2 NIMA Communicatie B2 specialisatie Corporate Communicatie.....	5
2.3 Examenprocedure	5
2.4 Richtlijnen voor het Corporate Communicatieplan	6
2.5 Richtlijnen voor de leerstof.....	6
3. Toelichting exameneisen.....	7
4. Exameneisen NIMA B2 specialisatie: Corporate Communicatie.....	8
1. Communicatie als vakgebied	8
2. Communicatie in organisaties.....	8
3. Communicatieplan / canvas	8
4. Organiseren en uitvoering	9
5. De media middelen mix	10
5. Competenties.....	11
6. Literatuur.....	13
Bijlage 1 Taken, vaardigheden en competenties.....	14
Bijlage 2. European Qualification Framework (EQF) vanuit EMC.....	20
Bijlage 3. NLQF De waarde van het NLQF (Nederlands Kwalificatieraamwerk).....	21

1. Inleiding

1.1 Inhoud van dit document

Doel van dit document is jou als examenkandidaat en/of als docent te informeren over de eisen die worden gesteld aan een communicatiemedewerker op het seniorniveau. Het beschrijft het niveau van het NIMA-diploma, de methodiek van deze examenmodule, de daadwerkelijke exameneisen, de taken en vaardigheden van een B-gediplomeerde en een aanbevolen literatuurlijst die als basis kan helpen bij de voorbereiding op een examen NIMA B Communicatie.

Dit document bevat de exameneisen voor de examenmodule NIMA B2 Corporate Communicatie vanaf 2026. Hiermee sluit NIMA aan op de ontwikkelingen in de arbeidsmarkt, in de opleidingen en het vakgebied Communicatie. Deze eisen gelden voor de NIMA Examens vanaf 1 januari 2026. Over toekomstige aanpassingen bericht NIMA via haar website www.nima.nl en aan haar Education Partners.

De exameneisen voor dit B2-deel van het NIMA B Communicatie examen betreft de specialisatie Corporate Communicatie. **Let op:** je wordt geacht bij de voorbereiding op het examen NIMA- B Corporate Communicatie de eisen bij de diploma's NIMA Basiskennis Communicatie en NIMA A1 en A2 en B1 Communicatie te beheersen (voor die eisen zie de website van NIMA).

Om te slagen voor het diploma NIMA B Communicatie moet je twee examens op niveau voldoende g afleggen. Het algemeen schriftelijk examen over het gehele vakgebied (B1) en het mondeling examen (B2) waarin je de specialisatie Corporate Communicatie vooraf in een plan uitwerkt en tijdens het mondelinge examen presenteert voor twee examinatoren. De B2 eisen hebben betrekking op het plan, eventuele bijlagen en op de presentatie het gesprek.

Studeren voor het examen NIMA B Communicatie zorgt ervoor dat je de juiste kennis opdoet over de breedte van het communicatie-vak. Het examen is de proeve van bekwaamheid van de kennis die je hebt opgedaan. Met het diploma NIMA B Communicatie ben je gekwalificeerd om zelfstandig beleidsmatige, sturende en uitvoeringswerkzaamheden te verrichten in het vakgebied Communicatie.

1.2 Niveau en positionering NIMA B Communicatie specialisatie Corporate Communicatie

Het examen NIMA B Communicatie toetst of je beschikt over de kennis en vaardigheden om binnen het communicatiedomein professioneel op het seniorniveau te kunnen acteren. Het vormt de basis voor beroepsrollen op het niveau van senior communicatieadviseur (NCP/NLQF niveau 6*). Dit niveau staat gelijk aan een bachelor-diploma Communicatie aangevuld met relevante werkervaring.

* Bij de niveaubepaling wordt gekeken naar de inhoud van de exameneisen en de vorm waarin deze eisen worden getoetst. De niveaus in het raamwerk zijn te vergelijken met de bekende, reguliere opleidingsniveaus hbo en wo. Zie ook de bijlagen.

1.3 Beroepenveld NIMA B Communicatie

Een NIMA B Communicatie gediplomeerde werkt op het niveau van senior communicatieadviseur. Een communicatiespecialist op (tenminste) hbo-niveau die tactische en operationele werkzaamheden verricht en een gesprekspartner is op het gebied van de organisatiestrategie. In staat om zelfstandig projecten aan te sturen, maar kan ook het (interne en externe) strategische communicatiebeleid adviseren en mede daaraan vormgeven.

De communicatieadviseur werkt in de profit- of non-profitsector, in overheidsorganisaties die in verschillende (internationale) omgevingen opereren, in de productie, handel, diensten, voor consumenten, business-to-business, maar ook als zelfstandig ondernemer. De senior communicatieadviseur kan zelfstandig projecten aansturen, maar kan ook over het (interne- en externe) operationele, tactische en strategische communicatiebeleid adviseren en mee vormgeven. In alle gevallen geldt dat de senior communicatieadviseur Corporate Communicatie werkt in lijn met de organisatie doelstellingen en zowel naar interne als naar externe belanghebbenden, de communicatievorm en inhoud geeft.

1.4 Taken en vaardigheden gediplomeerde NIMA B Communicatie

Zoals hiervoor omschreven leg je met het NIMA B Communicatie diploma de basis om als professional taken op het gebied van de communicatie in en/of voor een organisatie uit te voeren. Je hebt in de beide examens aangetoond te beschikken over de kennis, houding en vaardigheden om als zelfstandig beroepsbeoefenaar invulling te geven aan complexe

communicatieprojecten die binnen de gegeven strategische - en communicatiebeleidskaders vallen. In een grotere organisatie adviseer je de (eind)verantwoordelijke (communicatie)manager bij het opstellen en het uitvoeren van het geïntegreerde communicatiebeleid in de context van de organisatieprocessen.

Met het diploma NIMA B Communicatie voldoe je aan de vereisten die in hoofdstuk 4 zijn beschreven. In Bijlage 1 staan de belangrijkste, meer algemeen beschreven werkzaamheden die je in het werkveld van communicatieadviseur op het B-niveau kunt tegenkomen en de vaardigheden (competenties) die je daarbij geacht wordt te beheersen. Door de diversiteit aan organisatietypen is de opsomming in de bijlage niet-volgordelijk en niet-limitatief.

2. Examenmethodiek

2.1 Opbouw van het NIMA B Examen

Het gehele examen NIMA B Communicatie bestaat uit twee modules:

- **Module B1:** een schriftelijk examen (180 minuten). Aan de hand van een of meer casussen wordt met open vragen je theoretische en praktische kennis getoetst.
- **Module B2:** een mondeling examen (60 minuten). Je gaat met twee examinatoren in gesprek over de door jou gekozen specialisatie waarvoor je een tactisch/operationeel communicatieplan hebt uitgewerkt. Voor het uitwerken van dit plan heb je uit onderstaande specialisaties de specialisatie Corporate Communicatie gekozen:
 - Corporate communicatie
 - Marketingcommunicatie
 - Communicatie bij overheden

Beide modules kun je onafhankelijk (in tijd) van elkaar maken. Samen vormen ze het gehele examen dat leidt tot het diploma NIMA B Communicatie. Je bent geslaagd voor dit diploma als je voor beide modules een voldoende resultaat (een cijfer van 5,5 of hoger) hebt behaald. Kandidaten die een examen in één module met goed gevolg afleggen ontvangen een bijbehorend uitslagbrief van NIMA en een digitaal deelcertificaat.

2.2 NIMA Communicatie B2 specialisatie Corporate Communicatie

Deze B2 specialisatie bestaat uit de volgende twee onderdelen:

- Je schrijft een corporate communicatieplan over een bestaande organisatie. Dit plan stuur je binnen de door NIMA gestelde tijd naar NIMA. Vanzelfsprekend heb je het plan zelf geschreven. Het gaat in je plan om het systematisch uitwerken van het bestaand strategisch communicatiebeleid naar een tactisch operationeel corporate communicatieplan. De strategische kaders van waaruit het tactisch/operationele communicatieplan is ontwikkeld, worden in het mondelinge examen niet ter discussie gesteld, maar er kan wel naar een mening worden gevraagd
- Het in 15 minuten presenteren van dit tactisch/ operationele corporate communicatieplan aan twee examinatoren. Daarna volgt een criteriumgericht interview van 25 minuten waarin je blijkt geeft over het nodige inzicht te beschikken op het niveau van de competenties die in de exameneisen zijn vermeld. Een competentie is de combinatie van kennis, vaardigheden, attitude en persoonskenmerken die je gebruikt om te functioneren als senior communicatieadviseur.

Een richtlijn voor de totale tijdsbelasting van de B2 Specialisatie is ongeveer 160 uur. Dit uren aantal is een indicatie gebaseerd op ervaringen van studenten en docenten.

2.3 Examenprocedure

De procedure voor het schrijven en presenteren van het communicatieplan voor het NIMA examen B2 Corporate Communicatie:

- Je schrijft zelf aan de hand van de exameneisen een corporate communicatieplan. Het plan dient authentiek te zijn. Als er gebruik wordt gemaakt van Artificial Intelligence moet dat vanzelfsprekend worden vermeld, net als bronnen die worden gebruikt. NIMA controleert op plagiaat.
- Vóór de sluitingsdatum van inschrijving voor het examen (vier weken voor het examen) moet het communicatieplan bij NIMA (digitaal: *uploaden* via je persoonlijk account in MijnNIMA) binnen zijn. Dit Corporate Communicatie plan bestaat uit minimaal 10 en maximaal 25 pagina's, exclusief bijlagen van in totaal maximaal 5 pagina's)
- De tijdverdeling tijdens het mondelinge examen is als volgt:

1. Presentatie (maximaal 15 minuten)

De presentatie van het plan en de gekozen oplossing en uitwerking daarvan. Het staat je vrij om daarvoor je eigen presentatiemiddel te kiezen. NIMA stelt, bij een fysieke afname, een laptop (met MS PowerPoint en internettoegang), en een beamer ter beschikking. Bij digitale afname, zorgt NIMA voor de digitale omgeving waarin het examen wordt afgenomen.

2. Criteriumgericht interview (maximaal 25 minuten)

De examinatoren gaan met je in gesprek aan de hand van vastgestelde criteria ((zie 'taken, vaardigheden en competenties)

3. Oordeelsvorming (maximaal 10 minuten)

De examinatoren komen in onderling overleg tot een oordeel over alle aspecten van het door jou geschreven en gepresenteerde communicatieplan. Daarbij wordt een beoordelingsformulier ingevuld en wordt de definitieve beoordeling vermeld.

4. Beoordeling en evaluatie (maximaal 10 minuten)

De examinatoren koppelen hun oordeel aan je terug en geven daarbij een toelichting op en onderbouwing van hun oordeel.

Bij de NIMA B2 specialisatie Corporate Communicatie worden, naast de inhoud van het plan, je professionele c.q. beroeps- en persoonlijke competenties (zie hoofdstuk 5 en bijlage 1) beoordeeld.

2.4 Richtlijnen voor het Corporate Communicatieplan

Je tactisch/operationeel corporate communicatieplan bestaat uit het hierboven aangegeven aantal pagina's (minimaal 10 en maximaal 25 pagina's A4, exclusief bijlagen). We verwijzen naar de eisen gesteld in het B1 examen en naar de specifieke eisen hierna in hoofdstuk 4. Het plan bevat in zijn algemeenheid minimaal de onderstaande onderdelen:

1. Voorblad
2. Samenvatting
3. Inhoudsopgave
4. Inleiding
5. Strategische en organisatorische uitgangspunten
6. Interne & externe analyse
7. Corporate Communicatieprobleemstelling
8. Corporate Communicatiedoelgroepen en - doelstellingen
9. Corporate Communicatiestrategie
10. Inzet communicatiemix
11. Planning
12. Resultaatmeting en evaluatie
13. Budget en verantwoording
14. Literatuurlijst met bronvermelding
15. Bijlagen

Algemene opmerkingen:

- het Corporate communicatieplan bestrijkt een periode van t maximaal drie jaar;
- het plan is onderbouwd op basis van relevant (desk/field) onderzoek;
- de kwaliteit en originaliteit van het plan zijn bepalend, niet de omvang;
- de student maakt zelf de afweging welke modellen en theorieën in het plan worden verwerkt en kan ook beargumenteren waarom een keuze is gemaakt;
- kunstmatige intelligentie (AI) mag worden toegepast bij het maken van het plan. Het is verplicht de exacte AI-toepassingsbron op te nemen in de bronvermelding. Als in de AI-geproduceerde tekst wordt verwezen naar onderbouwende data en feiten dan moeten ook de bronnen daarvan in de bronvermelding worden opgenomen. Kandidaten worden bij de beoordeling van het plan en in het gesprek vanzelfsprekend getoetst op zelfdenkend vermogen.

2.5 Richtlijnen voor de leerstof

NIMA volgt en analyseert, vanuit een onafhankelijke positie, de ontwikkelingen in het vakgebied Communicatie. Daarom stelt NIMA zelfstandig en onafhankelijk eigen exameneisen op en ontwerpt eigen examens Corporate Communicatie. Deze eisen worden periodiek bijgesteld door de examencommissie NIMA Communicatie. NIMA diploma's kun je uitsluitend behalen na een opleiding bij een NIMA erkende Education Partner. NIMA zelf laat de kwaliteit van haar eisen en diploma's toetsen bij NLQF. Voor het vakgebied Communicatie is veel aan literatuur beschikbaar. Bij hoofdstuk 6 is een lijst met aanbevolen literatuur opgenomen. Het is echter altijd aan de Education Partners, docenten en studerende zelf om de aanvullende en in hun ogen juiste literatuur bij deze NIMA exameneisen te kiezen.

NIMA-exameneisen zijn altijd leidend bij de beoordeling van de afgenomen examens.

3. Toelichting exameneisen

Bij deze exameneisen en voor het B examen geldt dat de kandidaat geacht wordt alle kennis te bezitten van de exameneisen van zowel het examen NIMA Basis als het examen NIMA A Communicatie.

NIMA examens zijn op basis van de NIMA Exameneisen ontwikkeld. Deze eisen zijn de leerdoelen waarover je wordt geëxamineerd en geven het niveau aan waarop je straks als NIMA B Communicatie gediplomeerde geacht wordt te functioneren. Het niveau van een leerdoel is vastgelegd in een zogenaamde **taxonomie**, een wetmatige indeling waarin een hiërarchische rangorde een rol speelt.

De taxonomie die NIMA voor examens hanteert, omvat vier categorieën:

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

De volgorde van deze categorieën vertegenwoordigt een zekere en vastgestelde rangorde. Deze rangorde geeft aan dat je pas iets kunt toepassen (RV en PV) als je eerst begrijpt waarover het gaat (B) en daarvoor is het weer noodzakelijk dat je kennis bezit (K). Je kunt dus pas het gedrag van een hogere rangorde uitvoeren als je het gedrag van een lagere rangorde beheerst. Dit betekent ook dat een exameneis op een lager niveau kan worden getoetst dan waarop deze eis is opgesteld. Bijvoorbeeld: een eis opgesteld op RV niveau kan ook op begripsniveau (B) worden getoetst.

4. Examenisen NIMA B2 specialisatie: Corporate Communicatie

De kandidaat werkt het corporate communicatiebeleid uit in een tactisch/ operationeel plan voor een bestaande organisatie waar de kandidaat werkt of werkervaring opdoet. Voor organisatie mag hierbij ook een organisatieonderdeel of strategische business unit (SBU) worden gelezen. De kandidaat moet het plan zelf schrijven. Dit is ter beoordeling van de examinatoren.

De kandidaat moet het Corporate Communicatieplan zelf schrijven en daarin aantonen dat ook alle vereiste kennis van de B1 eisen is verwerkt. Het spreekt voor zich dat gebruik van bronnen of Artificial Intelligence duidelijk wordt vermeld. Dit NIMA B2 examen toetst vooral Productieve vaardigheden (PV).

De problematiek heeft bij deze specialisatie betrekking op het adviseren over alle facetten van identiteit, imago en reputatie in de meest brede zin van het woord voor zowel product-, diensten- als non-profitorganisaties.

De strategische uitgangspunten van waaruit het corporate communicatieplan wordt ontwikkeld mogen als gegeven worden beschouwd en zullen bij het examen niet ter discussie worden gesteld.

Van strategisch organisatiebeleid naar een tactisch / operationeel corporate communicatieplan.

1. Communicatie als vakgebied

De kandidaat kan om het plan en interview:

- 1.1 De bekwaamheden (4) van organisaties bij issuemanagement analyseren en toelichten en over de beheersing ervan adviseren (PV):
 - 1.1.1 dialoogbekwaam;
 - 1.1.2 pleidooibekwaam;
 - 1.1.3 zwijgbekwaam;
 - 1.1.4 crisisbekwaam.
- 1.2 De vijf crisisstrategieën volgens het model van Stamsnijder in een case toepassen (RV): excuusstrategie, herinneringsstrategie, processtrategie, slachtofferstrategie, distantiestrategie waarbij je aangeeft waar de oorzaak ligt en de beheersbaarheid bespreekt.
- 1.3 De zes fases volgens Koeleman in een case toepassen om tot een geïntegreerde aanpak van communicatie bij een verandertraject te komen (situatieanalyse signalering, veranderdiagnose stellen, veranderstrategie opstellen, interventieplan opstellen, interventie uitvoeren, beheer en evaluatie) (RV).
- 1.4 Vanuit het kleurendrukmodel van De Caluwé en Vermaak adviseren over de toe te passen communicatiestrategie (PV).
- 1.5 Beschrijven uit welke onderzoeksfases een kwalitatief en kwantitatief communicatieonderzoek bestaat en toelichten welke type onderzoek in een situatie logisch is (RV).

2. Communicatie in organisaties

De kandidaat kan in het plan en interview:

- 2.1 Een visie en aanpak voor interne communicatie ontwikkelen (PV).
- 2.2 In hoofdlijnen de waarde van reputatie uitleggen met behulp van RepTrack en de zeven drivers (RV).
- 2.3 Een beargumenteerd advies geven hoe interne communicatie het best formeel ingericht kan worden in bijvoorbeeld de lijncommunicatie en oog hebben voor de invloed van de informele communicatie daarop (PV).
- 2.4 Een advies geven over communicatie in de verschillende etappes in de employer journey (PV).
- 2.5 De communicatie in de interne organisatie beoordelen op de structuur (lijn, parallel, wandelgang), richting (naar boven, beneden, diagonaal en lateraal) en inhoud (voldoende, betrouwbaar, open voor dialoog, serieus, tijdigheid, begrijpelijk) (RV).
- 2.6 Voor de eigen (interne) organisatie een strategische alignment monitor opstellen en het gebruik ervan toelichten (RV).

3. Communicatieplan / canvas

De kandidaat kan in het plan en interview:

- 3.1 Een tactisch/operationeel corporate communicatieplan opstellen en toelichten waarin de volgende vertrekpunten van de organisatie (of SBU) zijn beschreven voor de interne analyse (PV):
 - 3.1.1 een korte beschrijving van de organisatie;

- 3.1.2 de missie van de organisatie;
- 3.1.3 de visie van de organisatie;
- 3.1.4 de gevolgde waardestrategie van Treacy en Wiersma toelichten;
- 3.1.5 de corporate identity mix beschrijven aan de hand van het model van Birkigt & Stadler;
- 3.1.6 de merkbefORTE en corporate branding vertaald naar stakeholders;
- 3.1.7 tone of voice / persoonlijkheid van de organisatie;
- 3.1.8 kernboodschappen geformuleerd per stakeholder.
- 3.1.9 de positionering en identiteit van de organisatie, inclusief het verschil uitleggen tussen toegepaste, geprojecteerde en gepercipieerde identiteit.
- 3.2 Een tactisch/operationeel corporate communicatieplan opstellen waarin de volgende vertrekpunten van de omgeving compact zijn beschreven t.b. v. de externe analyse (PV):
 - 3.2.1 Segmenteren naar duidelijk herkenbare en aansprekende doelgroepen.
 - 3.2.2 Een doelgroep analyse maken op basis van (PV):
 - 3.2.2.1 demografische criteria;
 - 3.2.2.2 geografische criteria;
 - 3.2.2.3 sociaaleconomische criteria;
 - 3.2.2.4 psychografische criteria;
 - 3.2.2.5 gedragscriteria.
 - 3.2.3 Segmentatiestrategie kiezen en onderbouwen (PV).
- 3.3 Stakeholders identificeren en een analyse maken op basis van (PV):
 - 3.3.1 Op basis van een model dat bijv. belang, macht en urgentie van stakeholders inzichtelijk maakt.
- 3.4 DESTEP analyse maken en beargumenteren (PV).
- 3.5 Trends & ontwikkelingen herkennen en benoemen (waaronder de kracht en invloed van verschillende stakeholders en hun invloed op corporate communicatie (PV).
- 3.6 Gedrag van en inzichten over de verschillende voor de organisatie relevante stakeholders beschrijven en de stappen doorlopen om tot de insights te komen (RV).
- 3.7 Het doel van reputatiemanagement uitleggen en daarover in een onderbouwd plan adviseren (PV).
- 3.8. Doelstellingen formuleren (PV):
 - 3.8.1 corporate communicatiedoelstellingen SMART formuleren en beargumenteren;
 - 3.8.2 het operationeel corporate communicatieplan financieel onderbouwen en logisch beargumenteren;
 - 3.8.3 de doelstellingen van het operationeel corporate communicatieplan tussentijds evalueren en bijsturen (indien nodig);
 - 3.8.4 beargumenteren hoe de corporate communicatiedoelstellingen de algemene organisatiedoelstellingen ondersteunen.

4. Organiseren en uitvoering

De kandidaat kan in het plan en interview:

- 4.1 Een briefing schrijven voor een corporate communicatieonderzoek en stakeholder analyse (PV).
- 4.2 Een monitoronderzoek opzetten, een vraagstelling formuleren en adviseren over een methode om informatie te vergaren (PV).
- 4.3 Een voorstel beoordelen voor een positioneringsonderzoek en een communicatie-effectonderzoek (campagne en de resultaten kunnen gebruiken in communicatieplan) (PV).
- 4.4 Stappenplan voor engagement opbouwen met online en offline media (PV):
 - 4.4.1 missie, visie en doelstellingen vertalen in een menselijk referentieverhaal;
 - 4.4.2 transparantie over de werking van de organisatie (inzicht in kennis van de organisatie, eerdere successen, de uitgaven en inkomsten, openheid;
 - 4.4.3 inspireren en verduidelijken wat verschillende relevante stakeholders kunnen bijdragen;
 - 4.4.4 focus in communicatiekanalen en synergie in boodschappen en huisstijl.
- 4.5 Het inzetten van o.a. sponsoring als element van de voorgestelde marketingmix kunnen beargumenteren, invullen en vervolgens de effectiviteit in termen van daadwerkelijk rendement van beschrijven en meten (PV).
- 4.6 Een operationeel corporate communicatieplan overtuigend presenteren (PV).
- 4.7 Voor het mondeling examen een gestructureerde presentatie opbouwen van het Corporate Communicatieplan die bestaat uit een inleiding met een probleemstelling, een kern met argumenten en een slot met een advies (PV).
 - 4.7.1 visuele en digitale hulpmiddelen gebruiken ter ondersteuning van een presentatie;
 - 4.7.2 tijdens een presentatie zelfvertrouwen uitstralen met non-verbaal gedrag, met een overtuigende advies houding als uitgangspunt;
 - 4.7.3 correct en passend taalgebruik (inclusief vaktaal) toepassen tijdens de presentatie en/of in de bespreking verstaanbaar en duidelijk spreken tijdens een presentatie en/of in een bespreking;
 - 4.7.4 de essentie van het plan kernachtig formuleren;
 - 4.7.5 een mening onderbouwen met argumenten en/of feiten;

- 4.7.6 tijdens een presentatie adequaat reageren op signalen en feedback van aanwezigen;
- 4.7.7 kort, bondig en duidelijk vragen beantwoorden;
- 4.7.8 op basis van argumenten in discussie gaan.

5. De media middelen mix

De kandidaat kan in het plan en interview:

- 5.1 Een advies in het plan opnemen over communicatierichtlijnen en mediawoordvoering (PV).
- 5.2 Een visie hebben op voor/tegen het gebruik van persberichten, een newsroom en andere digitale nieuwskanalen voor een organisatie en een advies formuleren (proactief, reactief) over de omgang met de pers, de woordvoering en de inzet van (paid, owned, social en earned) middelen (PV).
- 5.3 Kennis van en inzicht in de soorten en de werking van (omgaan met) publieksreactie toepassen (PV).
- 5.4 Inzicht hebben in ethische vraagstukken waarmee de organisatie te maken heeft.
- 5.5 Inzicht hebben in de brede toepassingen van traditionele en nieuwe (digitale) communicatiemiddelen, technieken en de toepassing ervan.
- 5.6 Inzicht en kennis hebben van andere relevantie functies in een organisatie zoals bijvoorbeeld human resources, finance of marketing.

5. Competenties

Bij dit examen NIMA B Communicatie wordt het competentieniveau van de kandidaat door middel van een mondeling examen vastgesteld en beoordeeld. Het mondelinge examen bestaat uit een presentatie en een criteriumgericht interview (ondervraging aan de hand van vooraf vastgestelde criteria). Het doel van het mondelinge examen is inzicht te verkrijgen in de competenties van de kandidaat en het niveau van deze competenties.

In dit hoofdstuk worden 9 competenties opgesomd in combinatie met het examenbeoordelingsformulier.

Beoordelingsschaal

De vijfpuntsschaal voor de meting van deze competenties is een graadmeter met betrekking tot de competentie van een kandidaat. Met behulp van criteria en kritische punten wordt aangegeven of iemand *onvoldoende*, *matig*, *voldoende*, *goed* of *zeer goed* scoort in een bepaalde competentie. De schaal kent een duidelijke gradatie. Die per competentie beoordeeld wordt. Er is binnen de competentiebeoordelingsschaal een onderverdeling aangehouden tussen beroepscompetenties enerzijds en persoonlijke competenties anderzijds.

In de competentiebeoordelingsschaal staan de scores voor:

- | | | |
|----|-------------|--|
| 1. | Onvoldoende | de kandidaat voldoet helemaal niet aan dit criterium |
| 2. | Matig | de kandidaat vertoont veel tekorten ten aanzien van dit criterium |
| 3. | Voldoende | de kandidaat voldoet nog niet altijd aan dit criterium, maar wel voldoende |
| 4. | Goed | de kandidaat voldoet grotendeels aan dit criterium |
| 5. | Zeer goed | de kandidaat voldoet helemaal aan dit criterium |

Nr.	Competentie	Toelichting elementen uit competenties (algemeen en verschil in score 1 t/m 5)
1	Onderzoekend vermogen	In welke mate is de kandidaat in staat om op een kritische wijze relevante, actuele en betrouwbare informatie te verzamelen vanuit secundaire bronnen en (eigen) veldonderzoek?
2	Analytisch vermogen	In welke mate beheerst de kandidaat de analysetechnieken en -vaardigheden die hem in staat stellen om situaties en problemen duidelijk te definiëren, in een passende volgorde te plaatsen evenals in onderlinge relevante verhouding, inclusief onderbouwing
3	Synthetiserend vermogen	In welke mate beheerst de kandidaat de technieken en vaardigheden om conclusies te formuleren uit onderzoek en analyses, verbanden te leggen met en tussen de strategische organisatiedoelen en het operationele vraagstuk en vervolgens daarop aansluitende en passende oplossingsrichtingen te synthetiseren?
4	Conceptueel vermogen	In welke mate beheerst de kandidaat de technieken en vaardigheden om oplossingsrichtingen op (strategisch) conceptueel niveau te vertalen, met onderbouwing van theorie en onderzoek, naar het activiteitsniveau in het (operationele) implementatieplan? In welke mate is de kandidaat wendbaar en in staat om het concept tussentijds aan te passen bij relevante veranderingen?
5	Creatief & innovatief vermogen	In welke mate beheerst de kandidaat technieken en vaardigheden om te verrassen (in creativiteit en/of vernieuwing) met strategische inzichten, concepten, campagnes, communicatiemiddelen en zo oplossingen te creëren, inclusief een (strategische) onderbouwing waarom dit de juiste aanpak is?

6	Accountability	In welke mate beheerst de kandidaat de technieken en vaardigheden om SMART doelen op te stellen, tussentijds te meten en bij te sturen op implementatieniveau? En in welke mate kan de kandidaat deze doelstellingen ook onderbouwen en koppelen aan de bedrijfsstrategie en -doelstellingen? In welke mate is de kandidaat in staat om het plan cijfermatig en logisch beargumenteerd te onderbouwen? In welke mate kan de kandidaat aantonen hoe concepten, campagnes en communicatiemiddelen waarde creëren voor de doelgroep?
7	Doelgroepgericht	In welke mate is de kandidaat in staat om een goede en onderbouwde doelgroepsegmentatie te maken en deze segmentatie als uitgangspunt te nemen bij de oplossingen, acties en activiteiten die worden voorgesteld? In welke mate is de kandidaat klantgericht?
8	Communicatief vaardig	In welke mate kan de kandidaat zijn argumentatie goed omschrijven en onder woorden brengen?
		In welke mate beheerst de kandidaat verbale en non-verbale communicatie die worden ingezet om zijn doel te bereiken?
		In welke mate beheerst de kandidaat correct Nederlands (foutloos, juiste grammatica en juiste woordkeuze)?
		In welke mate is de kandidaat in staat om een communicatiemiddel met de juiste structuur, visualisatie en boodschap op te stellen?
		In welke mate is de kandidaat in staat om adequaat te reageren op veranderingen? In welke mate is de kandidaat in staat om wendbaar en flexibel te communiceren?
9	Overtuigingskracht en assertiviteit	In welke mate is de kandidaat in staat om de boodschap (intern én extern) overtuigend te brengen. In welke mate toont de kandidaat zich empathisch en wekt hij vertrouwen op?

6. Literatuur

Belangrijk is om je te beseffen dat bij het samenstellen van het examen NIMA B Communicatie de exameneisen (= leerdoelen) altijd leidend zijn. NIMA schrijft daarom aan examenkandidaten en opleiders geen verplichte literatuurlijst voor het vakgebied Communicatie voor. Kennis ten behoeve van de eisen voor het NIMA B Communicatie examen is veelal in de gedrukte literatuur terug te vinden, maar ook online is veel (actuele) informatie beschikbaar.

Voor het opstellen van de exameneisen B2 Corporate Communicatie is gebruikgemaakt van de onderstaande literatuur.

- Exameneisen NIMA Basiskennis Communicatie, NIMA A1 en A2 Communicatie en B1 Communicatie
- Guy van Liemt & Gert Koot (2021) Marketingcommunicatie in 14 stappen, Noordhoff Uitgevers (ISBN 978-90-01-75222-4)
- Wil Michels (2025) Communicatie Handboek (8^e druk). Noordhoff Uitgevers (ISBN: 978-90-01-03506-8) en Communicatiestrategie 5^e druk (ISBN 978-90-01-01597-8).
- Huib Koeleman (2023) Interne Communicatie (8^e druk), Boomuitgevers (ISBN 978-90-244-4283-6)
- Ben Baarda (2025) Dit is onderzoek! (4e druk) Noordhoff Uitgevers (ISBN: 978-90-01-07808-9)

Online

Diverse onlinebronnen behandelen communicatiebegrippen, modellen etc. en belichten actualiteiten en ontwikkelingen in het domein van communicatie en kunnen worden beschouwd als online vakmedia. Om relevante bronnen te vinden voer je begrippen en modellen als zoekcriterium in je browser in als ze in de exameneisen Communicatie staan.

Bijlage 1 Taken, vaardigheden en competenties

Communicatie gerelateerde taken en vaardigheden

- Assisteren in de ontwikkeling van, en uitvoering geven aan, een strategisch communicatieplan
- Communicatiestijl herkennen en toepassen op het merk
- De link kunnen leggen tussen identiteit en imago
- Doen van voorstellen ten aanzien van een operationeel communicatieplan
- Managen van relaties, processen en projecten
- Ontwikkelen van operationele communicatieactiviteiten
- Opstellen van presentaties
- Opzetten, coördineren en uitvoeren van communicatieonderzoeken
- Opzetten, coördineren en uitvoeren van communicatieprojecten
- Organiseren en leiden van verschillende evenementen, bijeenkomsten
- Voeren van on- en offline klantgesprekken

Management en organisatorische taken en vaardigheden

- Initiatief tonen
- Managementvaardigheden
- Omgaan met vertrouwelijke informatie
- Plannen en leiden van activiteiten

Persoonlijke vaardigheden

- Actualiseren van professionele kennis en bijhouden van ontwikkelingen in de eigen markt en ontwikkelingen in het vakgebied
- Creativiteit bij het oplossen van communicatieproblematiek
- Flexibele instelling
- In teamverband kunnen werken
- Kunnen omgaan met weerstanden
- Managementvaardigheden
- Openstaan voor vernieuwingen
- Projectmatig kunnen werken
- Systematisch en klantgericht denken en kunnen daarover kunnen adviseren
- Uitstekende beheersing van het Nederlands, zowel schriftelijk als mondeling

Sociale en communicatieve taken en vaardigheden

- Deelnemen aan verschillende adviserende structuren
- Formuleren van een onderbouwde mening over een communicatievraagstuk
- Omgevingsbewust zijn
- Rekening houden met duurzaamheid van de oplossingen
- Samenwerken met interne en externe contacten
- Schriftelijke, mondelinge en digitale communicatie

Beoordelingsschaal

De vijfpuntsschaal voor de meting van deze competenties is een graadmeter met betrekking tot de competentie van een kandidaat. Met behulp van criteria en kritische punten wordt aangegeven of iemand *onvoldoende*, *matig*, *voldoende*, *goed* of *zeer goed* scoort in een bepaalde competentie. De schaal kent een duidelijke gradatie. Die per competentie beoordeeld wordt. Er is binnen de competentiebeoordelingsschaal een onderverdeling aangehouden tussen beroepscompetenties enerzijds en persoonlijke competenties anderzijds.

Competentie 1 Onderzoekend vermogen

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeer goed Score 5
Er is onvoldoende relevante informatie verzameld	Er is beperkt relevante informatie verzameld uit secundaire bronnen die niet worden vermeld	Er is relevante informatie verzameld, uit secundaire bronnen die zijn vermeld	Er is relevante informatie verzameld, uit secundaire bronnen die zijn vermeld en er is beperkte mate eigen field research verricht	Er is hoogwaardige relevante secundaire informatie gezocht waarbij bronnen zijn vermeld. Er is eigen uitgebreid en passend fieldresearch verricht inclusief een onderzoekverantwoording.

Competentie 2 Analytisch vermogen

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeer goed Score 5
Herkent geen essentiële elementen en onderscheidt geen hoofd- en bijzaken	Herkent essentiële elementen maar onderscheidt geen hoofd- en bijzaken	Herkent essentiële elementen en onderscheidt hoofd- en bijzaken	Herkent essentiële elementen en onderscheidt hoofd- en bijzaken en legt hiertussen verbanden	Herkent essentiële elementen en onderscheidt hoofd- en bijzaken en legt hiertussen verbanden en trekt conclusies
Ziet geen of slechts een minimaal verband tussen verschillende soorten informatie	Ziet een algemeen, oppervlakkig verband tussen verschillende soorten informatie	Ziet een algemeen verband tussen verschillende soorten informatie	Legt verbanden tussen verschillende soorten informatie en laat de logische samenhang zien (consistentie)	Gaat spontaan en systematisch op zoek naar logische samenhang (consistentie) tussen verschillende soorten informatie
Is niet in staat om de het operationele plan cijfermatig te onderbouwen	Heeft moeite om het operationele plan cijfermatig te onderbouwen	Is in staat om het operationele plan in de basis cijfermatig te onderbouwen	Is in staat op een diepgaande wijze het operationele plan cijfermatig te onderbouwen.	Is in staat op een diepgaande wijze (slice en dice) het operationele plan cijfermatig te onderbouwen en maakt daarbij ook een uitgebreide prognose

Competentie 3
Synthetiserend vermogen

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeet goed Score 5
Kan vanuit diverse componenten, elementen, samenstellende delen geen geheel, geen synthese, geen einddoel bepalen (b.v. bij een vraagstuk)	Kan vanuit diverse componenten, elementen, samenstellende delen een eenvoudig geheel, een beperkte synthese bepalen.	Kan vanuit geanalyseerde informatie tot een oordeel of synthese komen, doch niet systematisch. Is niet volledig consistent.	Kan op basis van verzamelde informatie systematisch tot een sobere synthese komen en laat zien dat er samenhang is tussen strategische keuze en operationele uitwerking.	Formuleert een stevig onderbouwde synthese, op basis van veelzijdige informatie. Laat de samenhang zien tussen strategische keuze en operationele uitwerking.
Formuleert ongenueanceerde voorstellen bij de oplossing van een probleem. Heeft weinig oog voor positieve/negatieve kanten	Kan op aanwijzing een eenvoudig voorstel formuleren bij de oplossing van een probleem, doch heeft het hiermee vaak moeilijk	Formuleert zelf eenvoudige voorstellen bij de oplossing van een probleem	Formuleert zelf eenzijdig genuanceerde voorstellen bij de oplossing van een probleem	Formuleert spontaan genuanceerde voorstellen bij de oplossing van een probleem, waarbij alle mogelijke neveneffecten, nuances of consequenties van standpunten in zijn/haar overwegingen zijn opgenomen
Houdt geen rekening met onvoorziene omstandigheden en heeft er op aanwijzing geen antwoord op	Houdt geen rekening met onvoorziene omstandigheden; kan op aanwijzing daar wel over meepraten	Geeft blijk van onvoorziene omstandigheden, maar formuleert geen fall back-scenario	Formuleert een eenvoudig fall back-scenario (wat te doen als de resultaten tegenvallen)	Geeft blijk van een uitgebreid en doordacht fall back-scenario

Competentie 4
Conceptueel vermogen

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeet goed Score 5
Is niet in staat om vanuit de relevante theorie/ concepten de vertaling te maken van het conceptuele niveau naar het activiteitsniveau.	Is in staat om binnen de relevante theorie/ concepten de vertaling te maken van het conceptuele niveau naar het activiteitsniveau, maar past ze niet adequaat toe	Is in staat om binnen de relevante theorie /concepten de vertaling te maken van het conceptuele niveau naar het activiteitsniveau.	Is in staat om binnen de relevante theorie /concepten de vertaling te maken van het conceptuele niveau naar het activiteitsniveau en toont daarbij creativiteit.	Verwerkt op logische wijze relevante theorie/ concepten. Is in staat om binnen de relevante theorie /concepten de vertaling te maken van het conceptuele niveau naar het activiteitsniveau en is daarbij creatief en innovatief.

Competentie 5 Creatief & innovatief vermogen

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeer goed Score 5
Combineert, creëert niet: geen nieuwe ideeën of concepten	Probeert bestaande ideeën, concepten te combineren	Probeert verschillende nieuwe ideeën, en concepten te combineren	Probeert vrij succesvol verschillende nieuwe ideeën, en concepten te combineren	Nieuwe combinaties van ideeën, concepten leiden tot volledig nieuwe dingen

Competentie 6 Accountability

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeer goed Score 5
Stelt geen of onjuiste doelen in termen van (meetbare) resultaten SMART	Stelt doelen vast echter niet in termen van (meetbare) resultaten SMART	Stelt doelen in termen van (meetbare) resultaten SMART	Stelt doelen in termen van (meetbare) resultaten SMART in samenhang met elkaar.	Stelt doelen in termen van (meetbare) resultaten SMART en werkt deze consequent uit.
Neemt doelstelling niet als uitgangspunt en redeneert niet resultaatgericht	Neemt doelstelling als uitgangspunt maar redeneert niet resultaatgericht	Neemt doelstelling als uitgangspunt en redeneert resultaatgericht	Neemt SMART doelstelling als uitgangspunt, redeneert resultaatgericht en behaalt doelstelling	Neemt SMART doelstelling als uitgangspunt, redeneert resultaatgericht en behaalt ruimschoots doelstelling

Competentie 7 Doelgroepgericht

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeer goed Score 5
Is niet in staat een correcte doelgroepsegmentatie te maken en komt niet tot passende oplossingen, acties en/of activiteiten	Weet onvoldoende duidelijke doelgroepsegmentatie te maken en komt daarmee tot onvoldoende oplossingen, acties en activiteiten	Kan een doelgroepsegmentatie maken en beschrijft mogelijke oplossingen, acties en activiteiten	Maakt goede doelgroepsegmentatie en schetst passende oplossingen, acties en activiteiten	Maakt goede doelgroepsegmentatie en beargumenteerd keuzes qua oplossingen, acties en activiteiten

Competentie 8
Communicatief vaardig

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeer goed Score 5
Kan gedachten niet duidelijk onder woorden brengen Onvoldoende beheersing Nederlandse taal (geen ABN, onjuist woordgebruik, grammaticaal niet correct)	Heeft moeite met gedachten duidelijk onder woorden te brengen Matige beheersing Nederlandse taal (Beperkt ABN, beperkte woordenschat, grammaticaal eenvoudig)	Kan gedachten onder woorden brengen Voldoende beheersing Nederlandse taal (ABN, voldoende woordenschat, grammaticaal niveau passend bij gemiddeld gespreksniveau)	Kan gedachten goed onder woorden brengen Goede beheersing Nederlandse taal (ABN, passend woordgebruik, grammaticaal correct)	Brengt makkelijk gedachten goed onder woorden Zeer goede beheersing Nederlandse taal (ABN, woordgebruik en grammatica toepassing versterken de argumentatieopbouw in het gesprek)
Geen interactie met examinatoren Kandidaat toont geen flexibiliteit en wendbaarheid Verwarde lichaamstaal	Weinig interactie met examinatoren <i>Kandidaat heeft moeite zich flexibel op te stellen en toont weinig wendbaarheid</i> Heeft het moeilijk met lichaamstaal	Wisselende interactie met Examinatoren Kandidaat stelt zich redelijk wendbaar en flexibel op Lichaamstaal in overeenstemming met het verbale verhaal	Goede interactie met examinatoren, anticipeert op vragen Kandidaat beweegt soepel mee in gesprek en houdt eigen standpunt in beeld Heeft een uitgesproken lichaamstaal	Goede en diepgaande interactie met examinatoren, stelt zelf vragen Kandidaat toont zich zeer wendbaar en flexibel en neemt examinatoren mee (terug) naar eigen Standpunt Heeft een uitgesproken lichaamstaal, met een duidelijke synchronisatie tussen lichaamstaal en het verbale
Tekst met zowel veel storende spellingsfouten, fouten in woordkeus en grammatica fouten	Tekst met hier en daar storende spellingsfouten, fouten in woordkeus en grammatica fouten	Maakt weinig spellingsfouten, fouten in woordkeus en grammatica fouten	Maakt slechts een enkele spellingsfout, fout in woordkeus en/of grammatica fout	Maakt geen spellingsfouten, fouten in woordkeus en grammatica fouten
Opbouw en structuur van tekst leiden tot onduidelijkheid	Opbouw en structuur van tekst geven geen meerwaarde aan boodschap	Sobere opbouw en structuur van de tekst maken de boodschap duidelijk	Heldere opbouw en structuur van de tekst maken de boodschap zeer duidelijk	Rijkelijke opbouw en visueel duidelijke structuur van de tekst maken de boodschap zeer duidelijk
Geen of onjuiste cijfermatige onderbouwing en geen presentatie van de cijfers	Cijfermatige onderbouwing toont tekortkomingen en beperkte presentatie van de cijfers	Correcte cijfermatige onderbouwing en beperkte presentatie van de cijfers	Correcte cijfermatige onderbouwing en goede presentatie van de cijfers	Uitstekende cijfermatige onderbouwing, kwantificering en goede presentatie van de cijfers

De presentatie is geen ondersteuning van het betoog, kent een slechte opbouw	De presentatie kent een matige opbouw en visualisering, is weinig creatief	De presentatie kent een goede opbouw maar visualisering is weinig creatief	De presentatie is gestructureerd, goede visualisatie, indeling, tijdverdeling, aantal sheets, background en lettertype zijn goed gekozen	De presentatie is gestructureerd, goede visualisatie, indeling, tijdverdeling, aantal sheets. Achtergrond en lettertype zijn goed gekozen. Perfecte ondersteuning van het betoog. Functionele creativiteit.
--	--	--	--	---

Competentie 9 Overtuigingskracht – assertiviteit

Onvoldoende Score 1	Matig Score 2	Voldoende Score 3	Goed Score 4	Zeer goed Score 5
Heeft geen eigen mening. Blijft defensief en vaag	Heeft een eigen mening indien een voorzetje wordt gegeven	Heeft een eigen mening	Durft eigen idee te verdedigen	Zelfs waar zijn/haar mening niet verwacht wordt, wil hij-zij de examinatoren voor zijn/haar idee winnen
Kan de examinatoren niet overtuigen. Wordt keer op keer zelf overtuigd Roept antipathie op en komt niet betrouwbaar over	Heeft het moeilijk om examinatoren te overtuigen Kandidaat weet niet voor zich te winnen en wekt geen vertrouwen	Kan de examinatoren overtuigen Weet examinatoren (uiteindelijk) voor zich te winnen en verdient het vertrouwen	Durft actie te ondernemen om examinatoren te overtuigen Kandidaat neemt examinatoren mee in zijn visie en komt vertrouwenwekkend over	Overtuigen gebeurt spontaan op basis van weldoordachte argumenten Empathische gesprekspartner die vertrouwen oproept

Bijlage 2. European Qualification Framework (EQF) vanuit EMC

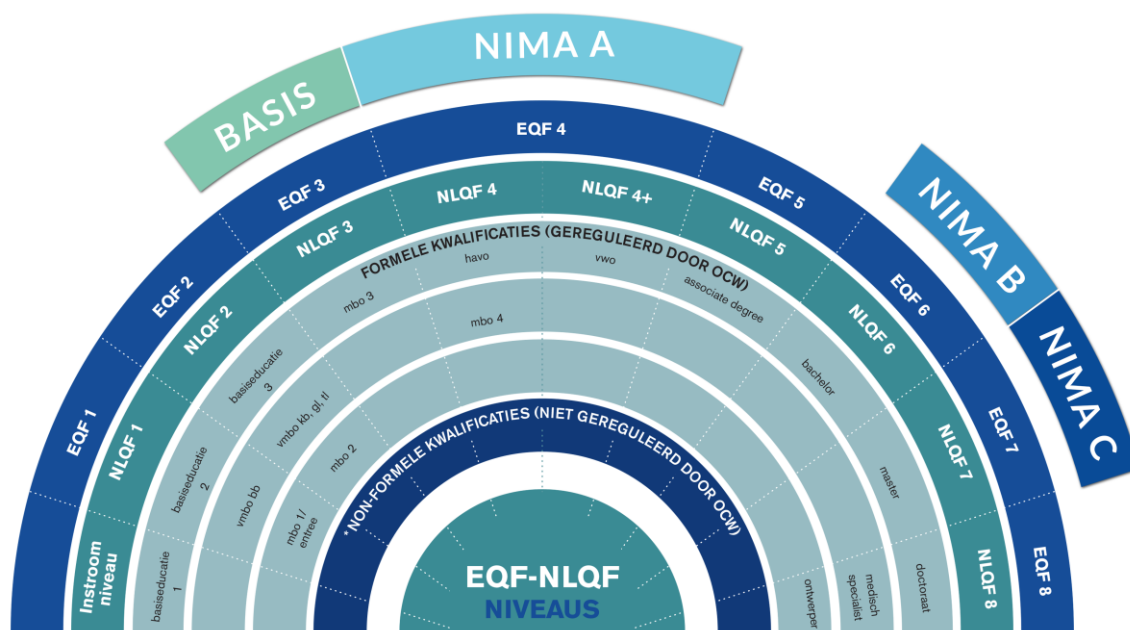
EMQF Niveau*	Functie (EMC)	Examens	Kennis	Vaardigheden	Verantwoordelijkheid
Niveau 3-4 Mbo	Junior Marketing Practitioner Junior Online Marketing Practitioner Junior Communication Practitioner Junior Sales Practitioner	NIMA Basiskennis Marketing NIMA Basiskennis Online Marketing NIMA Basiskennis Communicatie NIMA Basiskennis Sales	Foutkennis en basisbeginselen van de theorie.	Basisvaardigheden om tot oplossingen te komen.	Verantwoordelijkheid nemen om taken te voltooien.
Niveau 4 Mbo - (werkervaring)	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 van het werk.	Gespecialiseerde cognitieve en praktische vaardigheden om tot oplossingen voor problemen binnen het werk te komen.	Zelfstandig functioneren binnen werk, ook als deze aan veranderingen onderhevig is. Toezicht op het werk van anderen houden en enige verantwoordelijkheid nemen om werkzaamheden van anderen te evalueren en te bevorderen.
Niveau 5 Hbo propedeuse	Marketing Associate Online Marketing Associate Marketing Research Associate Junior Marketeer	NIMA B1 Marketing NIMA B1 Communicatie NIMA B1 Sales	Uitgebreide praktische en theoretische kennis van het gespecialiseerde werkveld.	Een uitgebreide reeks van gespecialiseerde cognitieve en praktische vaardigheden om creatieve oplossingen voor concrete en abstracte problemen te ontwikkelen.	Werkactiviteiten 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 SSP	Marketing Manager Digital marketing Manager Communication Manager Sales Manager	NIMA B Business Marketing NIMA B Consumermarketing NIMA B Digital Marketing NIMA B Corporate Communicatie NIMA B Marketingcommunicatie NIMA B Non-profit/overheidscommunicatie NIMA B Sales Accountmanager NIMA B Verkoopleider	Gevorderde praktische en theoretische kennis van het werkveld, en in staat tot kritisch begrip van theorieën en grondslagen.	Gevorderde vaardigheden, kennis en innovatie, die in een complex en gespecialiseerd werkveld nodig zijn om tot oplossingen voor onvoorziene problemen te komen.	Complexe, technische of professionele activiteiten of trajecten aansturen en verantwoordelijkheid voor besluitvorming nemen in onvoorspelbare werksituaties. Werkgroepen leiden.
Niveau 7 Wo	Marketing Director Strategisch Marketeer	NIMA C	Hooggespecialiseerde praktische en theoretische kennis van het werkveld, 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 kennis uit verschillende vakken te integreren.	Leiderschap en innovatie in de werkvelden 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 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 werkveld (inclusief onderzoek).

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

Bijlage 3. NLQF [De waarde van het NLQF](#) (Nederlands Kwalificatieraamwerk)

Het diploma NIMA B Communicatie is ingeschaald op NLQF niveau 6. Voor meer informatie, zie <https://database.nlqf.nl/>

NIMA NLQF INSCHALING



OCW = ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
 * Zie voor ingeschaalde non-formele kwalificatie www.nlqf.nl/register