

Exameneisen

NIMA B2 Marketingcommunicatie

Van toepassing op de examens vanaf januari 2026



Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1 Inhoud.....	3
1.2 Niveau en positionering NIMA B Communicatie.....	3
1.3 Beroepenveld NIMA B Communicatie.....	3
1.4 Taken en vaardigheden gediplomeerde NIMA B Communicatie.....	3
2. Examenmethodiek.....	4
2.1 Opbouw van het NIMA B Examen.....	4
2.2 NIMA Communicatie B2 Marketingcommunicatie.....	4
2.3 Examenprocedure.....	5
2.4 Richtlijnen voor het Marketingcommunicatieplan.....	5
2.5 Richtlijnen voor de leerstof.....	6
3. Toelichting exameneisen	6
4. Exameneisen NIMA B2 specialisatie: Marketingcommunicatie.....	7
3. Communicatieplan / canvas.....	7
5. Competenties	10
6. Literatuur.....	12
Bijlagen	13
1. Taken, vaardigheden en competenties.....	13
2. European Qualification Framework (EQF) vanuit EMC.....	19
3. NLQF De waarde van het NLQF (Nederlands Kwalificatieraamwerk)	20

1. Inleiding

1.1 Inhoud

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 Marketingcommunicatie 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 eisen zijn gericht op het examendeel B2 specialisatie 'Marketingcommunicatie.' Naast deze eisen verwijzen we je naar de algemene B1-eisen. **Let op:** je wordt bij de voorbereiding op een examen NIMA B Communicatie geacht de eisen bij de diploma's NIMA Basiskennis Communicatie en NIMA A Communicatie te beheersen (voor die eisen zie de website van NIMA).

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

Het examen NIMA B Communicatie toetst of je beschikt over de kennis en vaardigheden om binnen het communicatiedomein professioneel op seniorniveau te kunnen opereren. Het vormt de basis voor beroepsrollen op het niveau van senior communicatieadviseur (NCP/NLQF niveau 6*). Dit niveau staat gelijk aan een bachelor-diploma aangevuld met 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 mbo, 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. De senior communicatieadviseur kan zelfstandig projecten aansturen, maar kan ook over het (interne- en externe) operationele, tactische en strategische communicatiebeleid adviseren en mee vormgeven.

Waar de senior communicatieadviseur ook werkt, in alle gevallen geldt dat de communicatieadviseur werkt in lijn met de organisatiedoelstellingen (die de basis zijn voor de communicatiedoelstellingen) en zowel naar interne als naar externe belanghebbenden de communicatie vorm 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 examens B1 en B2 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 in hoofdstuk 4. 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 kun je kiezen uit de volgende specialisaties:
 - 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 cijfer van 5,5 of hoger hebt behaald. Kandidaten die een examen in één module met goed gevolg afleggen ontvangen een bijbehorende uitslagbrief van NIMA en een digitaal deelcertificaat.

2.2 NIMA Communicatie B2 Marketingcommunicatie

Deze B2 specialisatie bestaat uit de volgende twee onderdelen:

- Je schrijft een Marketingcommunicatieplan voor een bestaande organisatie. Dit plan stuur je binnen de gestelde tijd naar NIMA. Vanzelfsprekend heb je het plan zelf geschreven. 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.
- Het gaat in je plan om het systematisch uitwerken van het bestaande strategische communicatiebeleid naar een tactisch/ operationeel Marketingcommunicatieplan. 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 over deze kaders worden gevraagd.
- Het presenteren van dit tactisch/operationele Marketingcommunicatieplan aan twee examinatoren. Daarna volgt een criteriumgericht interview waarin je blijk 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. Het onderwerp en de hieraan gerelateerde uitdagingen in deze B2 module hebben hoofdzakelijk betrekking op de door jou gekozen specialisatie.

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 Marketingcommunicatie:

- Je schrijft zelf aan de hand van de exameneisen een Marketingcommunicatieplan. Het plan dient authentiek werk te zijn. NIMA controleert op plagiaat.
- Vier weken voor het examen sluit de inschrijvingsmogelijkheid voor het examen en moet het marketingcommunicatieplan bij NIMA binnen zijn. Dit marketingcommunicatieplan plan bestaat uit minimaal 10 en maximaal 25 pagina's, exclusief bijlagen (totaal maximaal 5 pagina's).
- De tijdverdeling tijdens het mondelinge examen is als volgt:

1. Presentatie (maximaal 15 minuten)

De presentatie van het plan, de gekozen oplossing en uitwerking daarvan. Het staat je vrij om daarvoor je eigen presentatietool te kiezen. NIMA stelt een laptop (met MS PowerPoint en internettoegang) en een beamer ter beschikking.

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 berekend.

4. Beoordeling en evaluatie (maximaal 10 minuten)

De examinatoren koppelen de uitslag terug en lichten hun oordeel toe. Bij de NIMA B2 specialisatie Marketingcommunicatie worden, naast de inhoud van het plan, je professionele c.q. beroeps- en persoonlijke competenties beoordeeld (zie hoofdstuk 5 en bijlage 1).

2.4 Richtlijnen voor het Marketingcommunicatieplan

Het tactisch/operationeel Marketingcommunicatieplan beslaat een maximaal aantal pagina's (zie hierboven). We verwijzen naar de eisen ten aanzien van 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. Marketingcommunicatieprobleemstelling
8. Marketingcommunicatiedoelgroepen en - doelstellingen
9. Marketingcommunicatiestrategie
10. Inzet marketingcommunicatiemix
11. Tijdplanning
12. Resultaatmeting en evaluatie
13. Budget en verantwoording
14. Literatuurlijst met bronvermelding
15. Bijlagen

Algemene opmerkingen:

- het Marketingcommunicatieplan bestrijkt een periode tot maximaal drie jaar;
- het plan is onderbouwd en geschreven op basis van relevant (desk-/field-)onderzoek;

- de kwaliteit en originaliteit van het plan zijn bepalend, niet de omvang;
- de kandidaat maakt zelf de afweging welke modellen en theorieën in het plan worden verwerkt en kan ook beargumenteren waarom deze gekozen zijn en andere niet.

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 Communicatie. Deze eisen worden iedere drie jaar geactualiseerd 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 literatuur beschikbaar. In hoofdstuk 6 is een lijst met literatuur opgenomen. Het is echter altijd aan de Education Partners, docenten en studerende zelf om de juiste literatuur bij deze NIMA exameneisen te kiezen. Duidelijk moet zijn dat de **NIMA-exameneisen altijd leidend zijn bij de beoordeling van 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 worden 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 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 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 gegeven situaties en het kunnen toepassen van verworven kennis en begrip. Bijvoorbeeld het formuleren van een probleemstelling op basis van een praktijksituatie.

De volgorde van deze categorieën vertegenwoordigt een 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. Examineisen NIMA B2 specialisatie: Marketingcommunicatie

De kandidaat werkt het marketingcommunicatiebeleid uit in een tactisch/operationeel plan voor een bestaande organisatie waar hij/zij werkt of werkervaring opdoet. w. Voor organisatie mag hierbij ook een representatief organisatieonderdeel of een strategische business unit (SBU) worden gelezen. Dit ter beoordeling van de examinatoren.

De kandidaat moet het plan zelf schrijven en daarin aantonen dat ook alle vereiste kennis van de B1 eisen is verwerkt. Dit NIMA B2 examen toetst vooral op de Productieve Vaardigheden (PV).

De problematiek heeft bij deze specialisatie betrekking op het aangaan, bevorderen en uitbouwen van klantrelaties en merken met communicatieactiviteiten voor zowel merk, producten als diensten.

Als het marketingcommunicatieplan betrekking heeft op een van deze toepassingsgebieden, dan wordt de kandidaat geacht gebruik te maken van de voor deze toepassingsgebieden relevante theorie. De strategische uitgangspunten van waaruit het tactisch/operationeel marketingcommunicatieplan wordt ontwikkeld, mogen als gegeven worden beschouwd en zullen bij het examen niet ter discussie worden gesteld.

Van strategisch organisatiebeleid naar een tactisch / operationeel marketingcommunicatieplan.

1. Communicatie als vakgebied

De kandidaat kan in het plan en interview:

- 1.1 Vaststellen welke omgevingsfactoren het afnemersgedrag beïnvloeden en afnemersgedrag analyseren op basis van de volgende aspecten (PV)
 - 1.1.1 Motivatie
 - 1.1.2 Involvement
 - 1.1.3 Kennis
 - 1.1.4 Attitude
 - 1.1.5 Persoonlijkheid
 - 1.1.6 Lifestyle
 - 1.1.7 Customer Journey
- 1.2 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 (PV):

- 2.1 Het product of de dienst op een onderbouwde wijze positioneren
- 2.2 Een marketingcommunicatieplan ontwikkelen en beargumenteren waarom dit aansluit bij de marketing- en bedrijfsstrategie, waarbij de volgende zaken beschreven worden:
 - 2.2.1 4 P's of 4 C's

3. Communicatieplan / canvas

De kandidaat kan in het plan en interview:

- 3.1 Een tactisch/operationeel marketingcommunicatieplan 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 kernwaarden en/of merkwaarden beschrijven, bijvoorbeeld in combinatie met waardestrategieën van Treacy & Wiersma
- 3.1.5 De tone of voice / persoonlijkheid van de organisatie schetsen
- 3.1.6 De positionering en identiteit van het merk/de organisatie beschrijven
- 3.1.7 Het verschil uitleggen tussen toegepaste, geprojecteerde en gepercipieerde identiteit.
- 3.2 Een tactisch/operationeel marketingcommunicatieplan 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 (PV)
 - 3.2.2 Een doelgroep analyse maken op basis van:
 - 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
- 3.3 Een segmentatiestrategie kiezen en onderbouwen
- 3.4 Stakeholders identificeren en een analyse maken op basis van een model dat bijvoorbeeld Belang, macht en urgentie van stakeholders inzichtelijk maakt
- 3.5 Een DESTEP analyse maken en beargumenteren (PV)
- 3.6 Consumentengedrag, customer insights, customer journey en touchpoints (indien relevant) beschrijven voor de organisatie (RV)
- 3.7 De begrippen klantwaarde en klantbeleving (indien relevant) beschrijven in een propositie (PV)
- 3.8 De marketingcommunicatie-doelstelling(en) voor het plan SMART formuleren (PV)
 - 3.8.1 Beargumenteren hoe de marketingcommunicatie-doelstellingen aansluiten bij de algemene bedrijfsdoelstellingen en marketingdoelstellingen
 - 3.8.2 In sociale media het gebruik van een dashboard adviseren en daarbij onderbouwen welke actoren hierin opgenomen moeten worden (PV)
 - 3.8.3 Aangeven hoe de in het plan beschreven communicatiemiddelen bijdragen aan de effectiviteit en hoe dit gemeten wordt (PV); bijvoorbeeld het vullen van de sales funnel
- 3.9 De vier hoofdgroepen van effectdoelstellingen (dominant, relevant, binding, gedrag) hanteren in het plan (RV)
 - 3.9.1 Daarbij de voor het plan relevante communicatie-effectdoelstellingen formuleren
- 3.10 Het operationeel marketingcommunicatieplan financieel onderbouwen en logisch beargumenteren (PV)
- 3.11 De doelstellingen van het tactisch operationeel Marketingcommunicatieplan tussentijds evalueren en bijsturen (indien nodig) op basis van door de kandidaat bepaalde relevante KPI's (PV)

4. Organiseren en uitvoering

De kandidaat kan in het plan en interview:

- 4.1 Een implementatieplan met daarin de activiteiten en taakverdeling opstellen inclusief een overzicht van alle gehanteerde marketingcommunicatie-instrumenten en een planning van de activiteiten inclusief argumentatie waarom de doelstellingen op deze manier bereikt kunnen worden (PV)
- 4.2 Een operationeel marketingcommunicatieplan overtuigend presenteren (PV)
- 4.3 Voor het mondeling examen een gestructureerde presentatie maken van het Marketingcommunicatieplan die bestaat uit een inleiding met een probleemstelling, een kern met argumenten en een slot met een advies (PV)
 - 4.3.1 Visuele en eventueel andere hulpmiddelen gebruiken ter ondersteuning van een presentatie
 - 4.3.2 tijdens een presentatie zelfvertrouwen uitstralen met non-verbaal gedrag waarbij het adviseurschap centraal staat
 - 4.3.3 tijdens een presentatie richting de examinatoren spreken
 - 4.3.4 correct en passend taalgebruik (inclusief vaktaal) toepassen tijdens de presentatie en/of in het examengesprek
 - 4.3.5 verstaanbaar en duidelijk spreken tijdens een presentatie en/of in een bespreking
 - 4.3.6 de essentie van het plan kernachtig formuleren
 - 4.3.7 een eigen mening onderbouwen met argumenten en/of feiten
 - 4.3.8 tijdens een presentatie adequaat reageren op signalen van de examinatoren
 - 4.3.9 kort, bondig en duidelijk vragen beantwoorden
 - 4.3.10 op basis van argumenten en creativiteit in discussie gaan met de examinatoren

5. Omgaan met de media

De kandidaat kan in het plan en interview (PV):

- 5.1 De mediakeuze (paid, owned, earned, offline, online of combinatie) onderbouwen en motiveren op het gebied van
 - 5.1.1 Doelgroep(segmentatie)
 - 5.1.2 Bereik
 - 5.1.3 Budget
- 5.2 Een toe te passen media (middelen en kanalen) strategie (be-)schrijven.

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 (bijlage 1).

De 9 (negen) competenties die in het mondelinge examen B2 specialisatie aan bod komen

Beoordelingsschaal

De vijf puntsschaal 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. Binnen de competentiebeoordelingsschaal wordt 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 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 Marketingcommunicatie is gebruik gemaakt van de onderstaande literatuur.

- Exameneisen NIMA Basiskennis Communicatie, NIMA A1 en A2 Communicatie en NIMA 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)
- Ben Baarda (2025) Dit is onderzoek! (4^e druk). Noordhoff Uitgevers (ISBN: 978-90-01-07808-9)
- Huib Koeleman (2023) Interne Communicatie (8^e druk), Boomuitgevers (ISBN 978-90-244-4283-6)
- Ko Floor, Fred van Raaij, Margot Bouwman (2023) Marketingcommunicatiestrategie (9^e druk), Noordhoff Uitgevers (ISBN 978-90-01-02275-4)

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.

Bijlagen

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	Zeer 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	Zeer 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

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	Feitenkennis 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, relevant voor 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 werkvatigheden 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 Consumentenmarketing 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 werkbieden 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 herdefinieren.	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.

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>.

