



ROTTERDAM ACADEMY ASSOCIATE DEGREES

Ontwikkelgesprek Ad Crossmediale Communicatie (CMC), Rotterdam Academy

Datum: 20 november 2025

Onderwerp: (Technologische) ontwikkelingen in het communicatie vakgebied en de opleiding Ad CMC.

Aanwezig: Panelleden Hobéon en vertegenwoordiging Ad CMC

Ontwikkelvraag

Wat denken jullie wat nodig is om toekomstige communicatie professionals binnen de opleiding Ad CMC mee te geven op technologische gebied in het vakgebied communicatie?

Samenvatting gesprek

Het panel herkent dit vraagstuk sterk en benadrukt dat actualiteit in het onderwijs een blijvend spanningsveld vormt. Terwijl het leerplanschema en de OER al in februari gereed moeten zijn, vinden ontwikkelingen op het gebied van AI voortdurend plaats.

Binnen andere opleidingen speelt diezelfde uitdaging. Zo wil een panellid van Creative Media Professional de werkveldadviescommissie nieuw leven inblazen om beter te begrijpen welke AI-competenties het werkveld van studenten verwacht. Ook worden trainingen voor docenten georganiseerd, waarbij op studiedagen experts uit de praktijk worden uitgenodigd. Het panel geeft aan dat Ad CMC hierin al de nodige stappen zet, vooral in de manier waarop AI in het ontwerp- en maakproces wordt geïntegreerd.

Naast de technische toepassingen komt in het vakgebied communicatie ook de vraag naar voren welke toon AI moet hebben, welke kaders ethisch verantwoord zijn en hoe AI in de verschillende communicatiekanalen wordt ingezet. Hierbij wordt de lector AI & Society (Maaïke Harbers) van Hogeschool Rotterdam genoemd als waardevolle bron, gezien haar kritische blik op AI en de lijn van onderzoek die zij voert. Binnen HR wordt op diverse plekken AI-onderzoek gedaan en er zijn bronnen beschikbaar waar Ad CMC gebruik van maakt.

Centraal in de discussie staat de vraag waar de opleiding uiteindelijk voor opleidt: tot IT'ers die (AI-)tools bedienen of tot communicatieprofessionals die meerwaarde toevoegen door onder meer kritisch en analytisch te denken? Het panel is ervan overtuigd dat vooral het kritisch omgaan met AI essentieel is. Studenten moeten kunnen beoordelen wat de waarde van AI-output is, en het actueel blijven van de opleiding wordt daarbij gezien als een voorwaarde voor het bestaansrecht. Deze actualiteit moet helder worden gecommuniceerd naar het werkveld en bijvoorbeeld tijdens open dagen naar studenten.

De opleiding ervaart dat studenten soms terughoudend zijn in het gebruik van AI, terwijl anderen juist al vaardig zijn. Ad CMC stimuleert bewustzijn en kritisch vermogen door studenten opdrachten te laten uitvoeren met en zonder AI, waarbij zij de output analyseren en vergelijken. Bij portfolio's is het niet altijd duidelijk of AI gebruikt wordt.

Het blijft de vraag hoe de hype rondom AI zich in de komende jaren ontwikkelt. Het panel benadrukt dat AI bepaalde taken kan vervangen, maar dat kritisch denken en redactionele kwaliteit blijven bestaan. Waar voorheen bij Ad CMC een module volledig gericht was op het maken van een magazine, is dit inmiddels verschoven naar een breder beroepsproduct 'Content', waarbij het optuigen van een mediamerk en het vormgeven van content voor sociale media centraal staan. Studenten kennen de content en de platforms. AI kan de crossmediale afstemming nog niet autonoom vormgeven en mogelijk kan de opleiding hier nadrukkelijk aandacht aan besteden.

AI zorgt voor een explosie aan content, maar niet altijd op het juiste niveau. Het panel constateert dat het verlies aan persoonlijke en authentieke communicatie hierbij een probleem vormt. Het wordt steeds vaker nodig om te achterhalen of iets AI-gegenereerd is of door een mens gemaakt.

In het kader van samenwerking met andere disciplines ziet de opleiding dat RAc Forward (het nieuwe onderwijsmodel) goede kansen biedt, omdat alle Ad-opleidingen onder één dak zitten. Daarnaast deelt een panellid ervaringen van samenwerking met het mbo, die waardevol blijkt door de laagdrempelige instroom en motivatie van studenten. Op de Haagse hogeschool blijkt samenwerking binnen IT & Design minder vanzelfsprekend, ondanks de breed geaccepteerde methodiek van Design Thinking. Men ziet daar eerder uitbreiding richting de masters.

Bij minors of keuzeonderwijs van 15 EC kunnen uiteenlopende studentengroepen samenwerken, wat volgens het panel interessante en succesvolle leerervaringen oplevert.

Het panel waardeert dat de opleiding Ad CMC inspeelt op actualiteit en het curriculum voortdurend doorontwikkelt. Theorie wordt getoetst via toepassingsvragen en de onderwijsaanpak spreekt de diversiteit van studenten aan. Wel adviseert het panel om het werkveld nog nauwer te betrekken, vooral door samen te werken met bedrijven die vooruitstrevend zijn. Een duidelijker en breder netwerk kan bijvoorbeeld inspirerende gastlessen opleveren en het wederzijdse begrip versterken.

Wat betreft toekomstige technologie wijst het panel op de toenemende inzet van chatbots, waarbij afwegingen gemaakt moeten worden over toon en interactie. Dynamische visuals en interactieve vormen van content, zoals explainers en dashboards, spelen hierin een rol. De opleiding kan hier kansen benutten door te onderzoeken hoe bestaande systemen zo ingericht kunnen worden dat zij passen bij de veranderende communicatievraagstukken.

De vraag komt of het beroepsprofiel op korte termijn aangepast moet worden. Het panel ziet dat de opleiding al in een hoog tempo meebeweegt met ontwikkelingen en verwacht dat er blijvend werk en toekomst is voor Ad CMC-studenten. Authenticiteit en mensgerichte communicatie kan mogelijk op termijn weer aan betekenis winnen. Ad CMC kan zich dan onderscheiden door technologie in te zetten als middel om mensen dichterbij elkaar te brengen, in plaats van ze te vervangen.

Tot slot

De opleiding dankt de panelleden voor het prettig gesprek en pakt de volgende aandachtspunten op ter bespreking in het team:

- Werkveldbetrokkenheid intensiveren door structureel overleg met vooruitstrevende communicatiebedrijven en gastlessen.
- Kritische AI-vaardigheden expliciet borgen in het curriculum, met aandacht voor toon, betrouwbaarheid en ethiek van AI-output.
- Gebruikmaken van interne HR-kennisbronnen (o.a. onderzoek AI & Society, Maaïke Harbers).
- Professionalisering docenten versterken via studiedagen met externe AI-experts.
- Interdisciplinaire samenwerking via RAc Forward en keuzeonderwijs benutten.
- Verkennen van chatbot-toepassingen en dynamische contentvormen (explainers, dashboards) passend bij communicatievraagstukken.