

Collegereeks en masterclass

# Strategische communicatie

Wat iedere communicatieprofessional moet weten over andere vakgebieden

Een unieke reeks  
voor de leergierige  
communicatie-  
professional



MERK & REPUTATIE

Ontwikkel persoonlijk meesterschap in strategische communicatie

6 maart tot en met 8 mei 2008 – Nyenrode Business Universiteit



## Strategische communicatie

*8 inspirerende colleges door spraakmakende docenten*

**Prof. dr Betteke van Ruler**  
Communicatie in perspectief

**Ir Eric de Groot**  
Boardroomdynamics

**Ir Daniël Ofman**  
Bezieling en kwaliteit in organisaties

**Ineke Boij**  
Managen van lastpakken, angsthazen en buitenbeentjes; persoonlijkheidstyperingen en -stoornissen

**dr Henk Oosterling**  
Media, mediators en managers

**Prof. dr Léon de Caluwé**  
Leren veranderen

**Ruurd Reitsma**  
Als een issue een crisis wordt

**Prof. dr Bas haring**  
De kern van de zaak

*Een masterclass op maat*

**Jeroen van Seeters**  
Masterclass Persoonlijk meesterschap

**Wanneer wordt communicatie psychologie? Wanneer is de organisatie-strategie ook de communicatie-strategie? Wat leert filosofie over denken en doen? Wat zou u moeten weten over veranderkunde? En is crisismanagement een zaak van bestuurders of van communicatie-adviseurs? Een goede communicatie-professional kijkt verder dan de communicatie-theorie lang is.**

Als communicatie-professional krijgt u in uw dagelijkse praktijk veelal te maken met communicatie-vraagstukken die raken aan verwante vakgebieden. Focus Conferences ontwikkelde een reeks colleges over de essentialia van de communicatie, behandeld vanuit de oorspronkelijke vakgebieden. Kennis vanuit de bron.

Experts uit de psychologie, strategie, veranderkunde, organisatie-advies, krijgsmacht en de filosofie gaan in op de kern van hun vakgebied. Vervolgens leggen zij met u en een door de wol geverfde communicatie-expert, de verbanden met uw dagelijkse praktijk. Kennis en inspiratie uit verwante disciplines, vertaald naar de praktijk van de communicatie-adviseur

### Persoonlijk meesterschap

Tot slot van de reeks volgt u een intensieve masterclass, waar u met de bagage van de colleges, uw eigen ervaring en de inbreng van andere deelnemers, invulling geeft aan de ontwikkeling van uw persoonlijk meesterschap.

### Doelgroep

De reeks is ontwikkeld voor beroepsniveau C en D, de communicatie-professional die goed thuis is in het vak en zich verder wil verdiepen en bekwamen. Te denken valt aan: senior communicatie-adviseurs en – medewerkers, hoofden communicatie, en managers communicatie.

De reeks wordt gefaciliteerd door een moderator. Hij bewaakt gedurende de reeks:

- De rode draad tussen de colleges
- De samenhang van de verschillende thema's met communicatie
- De aansluiting met uw persoonlijke ontwikkelbehoefte

### Gratis voor u!



U wilt als professional in communicatie een stevige onderbouwing van uw strategie. Die onderbouwing krijgt u aangereikt in het tijdschrift Merk & Reputatie waarin helder en toegankelijk organisatievraagstukken rond merk, reputatie, positionering en identiteit worden behandeld. Merk & Reputatie 'tankt' u eenmaal per kwartaal bij met juist die informatie die waarde toevoegt aan uw strategie. Schrijf u in voor deze collegereeks en ontvang een gratis jaarabonnement op Merk & Reputatie. Bent u reeds abonnee dan zorgen wij voor een passende compensatie.

## MERK & REPUTATIE



Prof. dr Betteke van Ruler

Hoogleraar communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam

Betteke van Ruler is hoogleraar communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam en verbonden aan de Amsterdam School of Communications Research (ASCoR). Zij doet onderzoek naar de organisatie van de communicatie, de professionalisering van corporate communicatie en naar de relatie tussen organisaties en media. Zij heeft diverse boeken op haar naam staan, waaronder 'Public Relations and Communication Management in Europe', 'Carrière in Communicatie, en 'Communicatiemanagement in communicatiewetenschappelijk perspectief'.

### Communicatie in perspectief

Betteke van Ruler verzorgt het eerste college in deze reeks. In dit college zal ze met de deelnemers de samenhang aantonen tussen de thema's in de reeks en communicatie. Dit doet zij op basis van de nieuwste theorieën en benaderingen in corporate communicatie. Ze put daarbij uit de diverse internationale conferenties en tijdschriften over het vakgebied. Verder discussieert u over de internationale en nationale trends in het vakgebied en bespreekt u de competenties die nodig zijn om aan deze trends te voldoen.

Eén van de trends is dat communicatie steeds vaker op strategisch niveau plaatsvindt. Logisch dus dat u zich bekwaamt in de strategische vakgebieden....

- De nieuwste theorieën en benaderingen in corporate communicatie
- Nationale en internationale trends
- Onmisbare competenties



Ir Eric de Groot

Partner Boer @ Croon

Eric de Groot is partner bij Boer @ Croon Strategy and Management Group. Hij werkt voor klanten uit diverse branches in de profitsector (diverse internationale ondernemingen in industriële sectoren, media en zakelijke dienstverlening). Naast adviseur is Eric op bestuurlijk niveau ook actief: o.a. Lid Raad van Advies van operagezelschap Trionfo, Lid Raad van Toezicht Muiderslot, Lid Raad van Advies van De Rode Hoed en als bestuurslid Sport en Zaken. Daarnaast is hij board member en vice chairman Europe van de AMCF (Association of Management Consulting Firms).

### Boardroomdynamics

Strategische vraagstukken kennen een belangrijke communicatiecomponent.

Om deze goed in te vullen zult u gevoel moeten hebben voor de dynamiek van de bestuurskamer. Tijdens dit college geeft Eric de Groot inzicht in belangrijke strategische thema's waar u dagelijks mee te maken heeft.

- **Trends en topics**  
Eric praat u bij over de belangrijkste strategische thema's; een overzicht van evergreens en de nieuwste strategische issues.
- **Strategie-ontwikkeling**  
De meest gehanteerde modellen! En hoe verloopt een proces van strategieontwikkeling in de praktijk?
- **Boardroomdynamics**  
Over de machten en krachten in de bestuurskamer. Hoe vindt besluitvorming plaats? Waar wordt op gestuurd?
- **Strategic Alignment**  
Strategie is datgene dat de organisatie richting geeft en beweegt. Maar dat lukt alleen als de organisatie de strategie kent en ondersteunt. Hoe zorg je er voor dat de onderneming achter de strategie staat? Dat de strategie vervolgens vertaald wordt in processen en gedrag?
- **Accountability**  
Voor communicatieprofessionals steeds belangrijker. Wat levert communicatie nu eigenlijk op? Wat willen bestuurders van u weten? En welke informatie is zinvol? Want meten is weten, geldt niet zeker niet altijd. De zin en onzin van sturen op resultaat.



Ir. Daniel Ofman

Directeur, Core Quality BV

Daniël Ofman is oprichter en directeur van Core Quality ([www.corequality.nl](http://www.corequality.nl)), een organisatie ontwikkelingsbureau in Bussum. Hij schreef onder meer *Bezieling en Kwaliteit in Organisaties* waarin hij het kernkwadrant introduceerde, en *Kernachtig en Organisatie Alibi's*. Zijn nieuwste boek *HET is niet te Geloven, van Reactief naar Creatief Leiderschap*, verscheen afgelopen juli. Daniël Ofman is een topadviseur die internationaal werkt. Hij houdt zich vooral bezig met organisatieontwikkelingsprocessen en leiderschapsontwikkeling.

### Bezieling en kwaliteit in organisaties

Organisaties lijken op mensen, elk met hun eigen gedrag, drijfveren en ingebakken patronen. Organisaties, net als mensen, ontwikkelen basisaannames en – overtuigingen – zowel bewust als onbewust – die met elkaar een systeem van ongeschreven regels vormen.

De ziel in de organisatie is soms zichtbaar en tastbaar. Het genereert enthousiasme, werkt aanstekelijk en inspireert op alle niveaus. In de ziel of de kern van de organisatie ligt de identiteit, de opgave of gave van de organisatie. Daar is het antwoord te vinden op de vraag wat het bestaansrecht van de organisatie is.

In een gezonde, bezielde organisatie is respect voor de historie en voor de waarden die er leven. De ziel wordt *zichtbaar* in de missie en de visie en in de structuur die is gecreëerd om de energie te kanaliseren. De ziel wordt *tastbaar* door de manier waarop mensen en middelen worden ingezet. De bezielde organisatie heeft een duidelijke herkenbare cultuur en uitstraling, naar binnen en naar buiten.

Dit college geeft inzichten en handvatten hoe bewustzijn, bezieling en kwaliteit in mensen en organisaties herkend en ontwikkeld kunnen worden. Het legt daarmee de basis voor gefundeerde internal en corporate branding.

- De ongeschreven regels van de organisatie
- De zichtbare ziel van de organisatie; missie, visie en structuur
- De tastbare ziel van de organisatie: mensen en middelen
- Bewustzijn, bezieling en kwaliteit in mensen en organisaties herkennen en ontwikkelen



Ineke Booij

Psychiater, psychotherapeut  
Maat bij De Beurs Booij Zuiderhoudt

Ineke Booij is psychiater/psychotherapeut en gecertificeerd mediator. Zij is maat bij 'deBeursBooij-Zuiderhoudt, maatschap in procesbegeleiding en mediation'. Ineke Booij geeft regelmatig trainingen, colleges en workshops, onder andere voor KLM Health Services, Vermande Studiedagen, UMC Utrecht, Intermin en DSTA.

### Managen van lastpakken, angsthazen en buitenbeentjes; persoonlijkheidstyperingen en - stoornissen

Slechts weinig mensen hebben een persoonlijkheidsstoornis, maar trekjes daarvan hebben we allemaal. Die trekjes zijn heel herkenbaar, als je weet waar je op moet letten. In dit college leert u persoonlijkheidstrekken te herkennen en u krijgt tips voor de omgang met de verschillende persoonlijkheidstypes. Daardoor is dit college nuttig voor iedereen die beroepsmatig te maken heeft met lastige of moeilijk te doorgronden mensen. Het doel van het college is om u te helpen om op een prettigere en efficiëntere manier om te gaan met mensen die u moeilijk vindt. Welke mensen dat zijn, wordt mede bepaald door hoe u zelf in elkaar zit. Het gaat dus niet alleen over de ander en waarom die lastig is, maar ook over u en waarom u soms een lastig mens bent voor een ander. Als u meer zicht hebt op uzelf en de ander, zal dat de samenwerkingsrelatie positief beïnvloeden.

Met behulp van beeldmateriaal biedt Ineke Booij u een kijkje in de keuken van klinisch psychologen en psychiaters. Er zal casuïstiek besproken worden en u krijgt technieken aangereikt om in de praktijk van alledag om te gaan met 'moeilijke mensen'.

- Hoe vaak zegt of denkt u: "Zo ben ik nou eenmaal?" of "Ze moeten me maar nemen zoals ik ben!"
- Hoeveel narcisme is nog gezond?
- Wat doet u met het energieke dat een dwangmatige collega veroorzaakt?
- Kent u de omgangsregels voor de 'antisociale persoonlijkheid'?
- Hoe herkent u een hysterische man?
- Hoe gebruikt u deze wetenschap in uw dagelijkse praktijk?



dr Henk Oosterling

Universitair hoofddocent Faculteit der Wijsbegeerte Erasmus Universiteit Rotterdam  
Directeur Centrum voor Filosofie & Kunst

Henk Oosterling (1952) is universitair hoofddocent 'Filosofie van Mens en Cultuur' aan de Faculteit der Wijsbegeerte aan de Erasmus Universiteit Te Rotterdam. Naast 'dialectisch denken' doceert hij tevens 'contemporaine Franse filosofie', 'Filosofie van de kunst' en 'Interculturele filosofie'. Hij is directeur van het Centrum voor Filosofie & Kunst, secretaris van de Nederlands-Vlaamse Vereniging voor Interculturele Filosofie, voorzitter van de Dutch Aesthetics Federation en hoofdredacteur van *Studies of Intercultural Philosophy*.

In die verschillende hoedanigheden heeft Henk Oosterling een dozijn (inter)nationale conferenties geïnitieerd, georganiseerd en gemodereerd. In zijn eigen werk oriënteert hij zich in cultuurkritische zin op de cross-overs tussen filosofie, kunst en politiek en de sociaal-politieke toepassingen daarvan. Tientallen artikelen, bundels en boeken verschenen van zijn hand. Een van de politiek-pragmatische toepassingen van zijn filosofische inzichten is het door Henk Oosterling geïnitieerde project 'Rotterdam Vakmanstad', dat als blauwdruk voor de stedelijke vernieuwing van Rotterdam Zuid – Pact op Zuid – fungeert. In de managementtoepassingen van zijn werk wordt vooral de nadruk gelegd op de relatie tussen media, mediators en management.

### Media, mediators en managers – van radicale middelmatigheid naar inter-esse

Media in de meest brede zin van het begrip – auto, gsm, computer, internet, pacemaker – spelen in onze informatiesamenleving een doorslaggevende rol. De versnelling en complexificering van het sociaal-economisch en politiek-juridisch verkeer heeft de aanvankelijk op gemak gebaseerde behoefte aan bemiddeling tot een existentiële noodzaak gemaakt. Sinds interacties en transacties louter 'interfaciaal' plaatsvinden, heeft onze 'condition humaine' een kwalitatieve verandering ondergaan. Het medium is de 'message' in zoverre het een allesomvattend milieu is geworden. De 'boodschap' is door en door procesmatig. De eindtermen van deze processen worden doorgaans proces-inherent geformuleerd wat bij velen het gevoel oproept achter de zaken aan te rennen. De middelen en media leven ons. In technische zin leven we een radicaal middel-matig leven.

Tegen de achtergrond van de huidige 'waarden crisis' en de oproep tot een normen-en-waardendebat werpt Henk Oosterling in dit college de vraag op wat de meerwaarde van een dergelijke middelmatigheid is. Vragen als 'Is een externe sturing mogelijk of misschien nog wel gewenst?' en 'Ontwikkelen zich in het management zelf nieuwe waarden?' komen aan de orde. Deze overwegingen krijgen samenhang door een concept, dat als de keerzijde van radicale middelmatigheid wordt gepresenteerd: inter-esse als het bestaan (esse) van het tussen (inter). Hierin komt tot uitdrukking wat wel eens de crux van het werk van mediators en managers zou kunnen zijn: het creëren van open relationaliteit.

- De complexificering van het sociaal-economische en politiek-juridische verkeer
- Wat is de meerwaarde van middelen en media?
- Is externe sturing wenselijk en mogelijk?



Prof. dr Léon de Caluwé

Senior partner bij Twijnstra Gudde  
Hoogleraar Advieskunde aan de Vrije Universiteit

Léon de Caluwé is als senior partner werkzaam bij Twijnstra Gudde. Hij trad in 1988 in dienst en werkte in de adviesgroepen overheid, opleidingen, innovatiemanagement en human talent. Hij was lid van de groep O3 (onderzoek, ontwikkeling en ondersteuning) die als denktank functioneert voor Twijnstra Gudde en maakte deel uit van het management van het bureau. Daarnaast is hij hoogleraar Advieskunde

aan de Vrije Universiteit Amsterdam, waar hij tevens het Centre for Research in Consultancy leidt. Hij studeerde sociale psychologie en heeft ervaring opgedaan in diverse sectoren en bedrijven. Hij is gespecialiseerd in leer- en veranderingstrajecten, waarbij de 'factor mens' van doorslaggevende betekenis is. In zijn advieswerk maakt hij regelmatig gebruik van spelsimulaties. Léon de Caluwé is onder andere (mede)auteur van het boek 'Gaming: Organisatieverandering met spelsimulaties' (1996), 'Veranderen moet je leren' (1997), het boek dat in 1998 de publieksprijs als boek van het jaar van de Orde van Organisatie-adviseurs won, 'Leren veranderen' (1999 en herzien in 2006), van 'Competenties van organisatieadviseurs' (2006) en 'Veranderen en interveniëren' 2006. Hij heeft vele internationale publicaties op zijn naam en is lid van de Academy of Management.

### Leren veranderen

Hoe gecompliceerd zijn veranderingsprocessen eigenlijk? Wat speelt er onder de oppervlakte? Waarop moet u bedacht zijn? In de lezing komen de vijf fundamenteel verschillende manieren aan bod waarop u tegen verandering kan aankijken: vijf families van opvattingen en theorieën die aangeduid worden met vijf kleuren: geeldrukdenken, blauwdrukdenken, rooddrukdenken, groendrukdenken en witdrukdenken. Deze opvattingen hebben allerlei onderlinge tegenstrijdigheden en paradoxen. Hoe kun je daarmee omgaan? En hoe kan je dit denken toepassen op organisaties, verandertrajecten, veranderaars en communicatie?

- Hoe kunt u geplande veranderingen aanpakken?
- Hoe komt een verandering op gang?
- Wie zijn actoren?
- Hoe speelt het proces zich af?
- En hoe stuurt u dit alles?

**Ruurd Reitsma**

Luitenant-generaal b.d.  
Partner Rijnconsult  
Programmamanager Taskforce Management Overstromingen

Luitenant-generaal b.d. Ruurd Reitsma wordt beschouwd als een expert op veiligheidsgebied. Sinds eind 1989 heeft hij zich onafgebroken bezig gehouden met veranderingsmanagement in risicovolle situaties. De verkleining van de Koninklijke landmacht, de overgang van de dienstplicht naar een beroepsleger en de invoering van een moderne bedrijfsvoering waren daarbij de belangrijkste onderwerpen. In augustus 1995 kreeg hij als eerste commandant de leiding over het nieuw opgerichte Duits/Nederlandse legerkorps. Hij vervulde dit commando tot zijn functioneel leeftijdsontslag eind 1997. Vervolgens heeft hij zich als partner verbonden aan Rijnconsult. In de afgelopen 9 jaar richtte zijn advieswerk zich aanvankelijk veelvuldig op veranderingsmanagement, communicatie bij veranderingsprocessen en intercultureel management. De laatste jaren is de focus in zijn werk verschoven naar crisiscommunicatie, crisismanagement en veiligheidsvraagstukken.

### Als een issue een crisis wordt

Crisiscommunicatie bij het Europees voetbalkampioenschap.....Publieksvoorlichting bij de vuurwerkcramp te Enschede.....Crisiscommunicatie bij een mogelijke terroristische aanslag met het Anthrax-virus.....De totstandkoming van gemeenschappelijk meldkamers voor politie, brandweer en ambulancediensten.....De bestuurlijke implicaties van de terrorismebestrijding.....De Taskforce Management Overstromingen

Deze onderwerpen hebben een aantal dingen met elkaar gemeen;

- Het betreft uiterst risicovolle kwesties met een grote impact op bestuur en bevolking
- De aanpak van de vraagstukken kent een zeer nauwe samenhang tussen bestuur en communicatie als het gaat om strategie, verantwoordelijkheden en uitvoering
- Ruurd Reitsma had of heeft het commando over deze dreigende of werkelijke issues

Tijdens dit college deelt hij met u hoe je een issue herkent, hoe je voorkomt dat het een crisis wordt en hoe te handelen wanneer er toch een crisis is ontstaan.

**Prof. dr Bas Haring**

Hoogleraar Universiteit Leiden  
Televisiemaker

Bas Haring denkt, vraagt, schrijft & spreekt. Op een heldere en prikkelende manier probeert hij wetenschap en filosofie betekenis te geven voor het leven. Dat doet hij door het schrijven van boeken, columns en het maken van TV-programma's. Bas Haring is bijzonder hoogleraar aan Universiteit Leiden waar hij de leerstoel 'publiek begrip van wetenschap' bekleedt. Zijn debuut 'Kaas en de evolutietheorie' won in 2002 'De Gouden Uil' voor jeugdliteratuur en de Eureka! Prijs voor populair-wetenschappelijke literatuur. In oktober 2003 is de 'De ijzeren wil' uitgekomen – over het brein, bewustzijn en denkende machines. Onlangs verscheen zijn derde boek 'Voor echt succesvol leven' over de hypothese dat – vaker dan ons lief is – onze denkbeelden ons hebben, in plaats van andersom.

### De kern van de zaak

Professionals moeten in staat zijn om tot de essentie van ontwikkelingen door te dringen, opdat zij er optimaal op kunnen inspringen, en er eventueel zelfs aan kunnen bijdragen. Het zoeken van essenties is bij uitstek het domein van de filosofie.

Om tot de essentie van iets in te kunnen zoomen moet je de juiste vragen stellen. Vreemd genoeg is dat lastig. We vinden het zo normaal dat we doen wat we doen, en dat is wat er is, dat we nauwelijks in staat zijn verbaasd te zijn. Maar die verbazing is noodzakelijk om tot de kern van zaken door te dringen en om er vervolgens goed over te kunnen communiceren. Tijdens het college zal Bas ingaan op het stellen van vragen en op de verschillende vragen die er zijn. Vragen die beginnen met woorden als “wat?”, “hoe?” en “waarom?”

Bas Haring houdt zich bezig met het communiceren over complexe zaken op zo'n manier dat bij leken “kwartjes vallen”. Het criterium dat hij daarbij hanteert is: Kan iemand het correct terugvertellen? Om kwartjes te kunnen laten vallen moet je heel zorgvuldig inzoomen op de essentie van je verhaal en die vertalen naar verhalen en metaforen uit het dagelijkse leven van de luisteraar, lezer of kijker. Dat is een kunst op zich. Bas laat hij voorbeelden zien van hoe dat wel en niet kan slagen.

Tijdens dit college wordt niet verteld over filosofie; maar bedrijven we het.

- Filosofie in bedrijf
- Hoe dringt u door tot de essentie?
- De kunst van het vragenstellen
- Effectieve verhalen en metaforen

Masterclass 8 mei 2008

## Persoonlijk meesterschap in strategische communicatie

Een volle dag leren *van* en *met* elkaar - als afsluiting van een serie die de grenzen van het vakgebied aftast. Met het doel de grenzen van uw vakmanschap op te rekken en te verleggen.

Jeroen van Seeters, moderator tijdens de serie *Communicatie in Perspectief*, stelt u tijdens deze Masterclass in staat om de opgedane kennis in persoonlijke, praktische vaardigheden om te zetten.

De nadruk ligt op het individueel adviseerschap:

- De verschillende rollen van de communicatieprofessional
- De kunst van het adviseren
- Persoonlijk meesterschap in het bouwen van vertrouwen
- Al tijdens de reeks kunt u uw uitdagingen formuleren zodat u op uw persoonlijke verbeterpunten kunt ingaan

Feedback geven en ontvangen is een onmisbaar onderdeel van de Masterclass van Jeroen.



**Jeroen van Seeters**  
CEO Hill & Knowlton

Jeroen van Seeters is CEO van Hill & Knowlton. Hij is gespecialiseerd in advisering, coaching en training van klanten in communicatiestrategie, messaging en (media-) presentatie. Jeroen is een ervaren professional in crisiscommunicatie. Hij werkt onder meer voor klanten zoals Booz Allen Hamilton, ING Retail, Nutricia Nederland, Organon BioSciences, REAAL Insurances; Roche Nederland; Route Mobiel en Rodamco Europe. Jeroen is afgestudeerd aan de Universiteit van Leiden (Japanse Taal en Cultuur) en aan de Universiteit van Utrecht (Massa Communicatie en PR).

**HILL & KNOWLTON**

## Een waardevolle aanvulling voor uw bibliotheek

Een aantal sprekers in deze reeks schreven een boek dat relevant is voor het college dat u bijwoont. Op het aanmeldingsformulier kunt u aangeven of u de boeken wilt bestellen. Wanneer u besluit de boeken aan te schaffen, krijgt u de hele set boeken uitgereikt bij het eerste college. De kosten voor de volgende 5 boeken (tevens winkelwaarde) bedragen in totaal: € 153,68. Prijs is exclusief 6% btw en onder voorbehoud van wijzigingen door de uitgever



### **Effectiviteit in communicatiemanagement**

*Zoektocht naar criteria voor professioneel succes*  
V.M.G. Damoiseaux, A.A. van Ruler, A. Weisink



### **Bezieling en kwaliteit in organisaties (jubileum editie)**

*Het beroemde boek voor creërende mensen en creërende organisaties*  
Daniël Ofman



### **Zo ben ik nu eenmaal!**

*Lastpakken, angsthazen en buitenbeentjes*  
Willem van der Does



### **Leren veranderen**

*Een handboek voor de veranderkundige*  
Léon de Caluwé, Hans Vermaak



### **De ijzeren wil**

*Over bewustzijn, het brein en denkende machines*  
Bas Haring

## Deelname

U kunt zich alleen inschrijven voor de gehele collegereeks. Een selectie maken is niet mogelijk. Het is wel mogelijk verschillende collega's (of relaties) deel te laten nemen. Op die manier stelt u ook uw collega's in de gelegenheid kennis te nemen van de theorieën en praktische toepassingen van de sprekers. Deelname door verschillende collega's kan middels een bedrijfsabonnement.

## Bedrijfsabonnement

Door een bedrijfsabonnement te nemen op deze collegereeks hebben u en uw collega's de gelegenheid afwisselend een college bij te wonen.

Enige tijd voor aanvang van de reeks nemen wij contact met u op in verband met de precieze namen en functies van uw deelnemende collega's en de data waarop u en zij een college zullen bijwonen.

## Aanmeldingsvoorwaarden



### Tijd en locatie

De colleges vinden plaats op de donderdag, beginnen om 16.00 uur en duren tot 19.00 uur. Het seminar op 8 mei begint om 10.00 uur en duurt tot 17.00 uur. De bijeenkomsten vinden plaats in een collegezaal van Universiteit Nyenrode. De exacte locatie en routebeschrijving ontvangt u bij uw bevestiging.

### Aanmelden

U kunt zich op 3 manieren aanmelden:

1. het aanmeldingsformulier ingevuld per post of fax naar FOCUS Conferences sturen
2. per e-mail: [aanmelden@focusconferences.nl](mailto:aanmelden@focusconferences.nl)
3. via [www.focusconferences.nl](http://www.focusconferences.nl)

Na aanmelding ontvangt u van ons een bevestiging en een factuur. Door u aan te melden voor deze reeks, gaat u akkoord met de in deze folder vermelde aanmeldingsvoorwaarden. Een week voor aanvang sturen wij u een herinnering en een routebeschrijving.

### Investering

De investering voor deelname aan de cyclus van 8 colleges en de masterclass, inclusief documentatie, koffie/thee en maaltijden, bedraagt € 2.895,- (exclusief 19% BTW) per persoon. Deelname aan de collegereeks zonder het seminar bedraagt € 2.295,-. De masterclass is alleen te volgen in samenhang met de collegereeks. Aanmelden voor één of enkele colleges is niet mogelijk. Wel kunt u iemand in uw plaats laten deelnemen.

### Deelnamecertificaat

Deelnemers die de gehele reeks bijwonen, ontvangen na afloop een deelnamecertificaat.

### Verhinderling

Indien u onverwacht verhinderd bent, kunt u zich, mits tijdig aan ons doorgegeven, altijd laten vervangen. Annuleren is niet mogelijk.

### Informatie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met onze Office Manager Ria van der Holst.

### Uw mailgegevens niet juist?

Mail uw juiste contactgegevens naar [adreswijziging@focusconferences.nl](mailto:adreswijziging@focusconferences.nl) en wij passen ze aan.

### Privacy statement

Uw gegevens worden strikt vertrouwelijk bewaard en niet uitgeleend, verhuurd of verkocht, noch op een ander manier openbaar gemaakt. FOCUS Conferences BV zal op uw verzoek uw gegevens uit de database verwijderen. Uw gegevens kunnen wel gebruikt worden voor het toezenden van informatie en/of speciale aanbiedingen van FOCUS Conferences BV en gerelateerde organisaties.

### FOCUS Conferences BV

Olympisch Stadion 43  
Postbus 75067  
1070 AB Amsterdam  
tel. 020-3059159  
fax 020-6717584  
[info@focusconferences.nl](mailto:info@focusconferences.nl)

## Aanmelden 'Communicatie in perspectief'

Fo8017

### Ja ik schrijf me in voor:

- De reeks van 8 colleges en het seminar à € 2.895,-
- De reeks van 8 colleges à € 2.295,-
- Ik ben nog geen abonnee van Merk & Reputatie en ontvang een gratis jaarabonnement
- Ik ben wel abonnee van Merk & Reputatie en ontvang een passende compensatie
- Deze aanmelding betreft een bedrijfsabonnement
- Tevens bestel ik de boekenset van 5 boeken à € 153,68 (excl. 6% btw.)

Naam \_\_\_\_\_ m/v  
 Functie \_\_\_\_\_  
 E-mail \_\_\_\_\_  
 Naam \_\_\_\_\_ m/v  
 Functie \_\_\_\_\_  
 E-mail \_\_\_\_\_  
 Bedrijf \_\_\_\_\_  
 Afdeling \_\_\_\_\_  
 Postbus \_\_\_\_\_  
 Postcode \_\_\_\_\_ Plaats \_\_\_\_\_  
 Telefoon \_\_\_\_\_  
 Fax \_\_\_\_\_  
 Branche \_\_\_\_\_  
 Aantal medew. \_\_\_\_\_