

Lemniscaat 
SCHOOL OF MANAGEMENT



presenteren
de

mBA **cross
media**

'Leading people, business & customers into the media future'

Lemniscaat School of Management

Herculesplein 80
3584 AA Utrecht
Postbus 85030
3508 AA Utrecht

T: +31(0)30-219 39 61
F: +31(0)30-219 39 66

E: info@lemniscaat-edu.nl
W: www.lemniscaat-edu.nl

Lemniscaat school of management is onderdeel van Conclusion.
www.conclusion.nl

Meer informatie op: www.mbacrossmedia.nl

Start: Lichting 2, september 2008
Wat: De eerste crossmedia opleiding op MBA niveau van Nederland

Inleiding

De mediaketen wisselt dagelijks van vorm. Bedrijven gaan allianties aan in combinaties die tot voor kort onmogelijk leken. Criteria voor succes zijn nog niet vastgelegd. Elke speler worstelt met de interne dynamiek van een bestaande organisatie en een veranderende markt. En grote vraag blijft: hoe maken we business uit alle goede concepten die worden bedacht? Kortom, het medialandschap is in beweging en crossmedia is het toverwoord.

De MBA Crossmedia is ontwikkeld voor managers uit de mediaketen, die worden beschouwd als de toekomstige leiders binnen hun organisatie.

Het zijn degenen die de komende jaren het speelveld vorm moeten geven. Dat kan in deze tijd niet meer zonder grondige kennis over de grenzen van de individuele mediatypes en eigen organisatie heen. De MBA Crossmedia leidt managers op in crossmedia op topniveau in praktijk en wetenschap. Na afronding van de MBA Crossmedia zijn studenten in staat:

- crossmediaal te denken en doen tot in hun haarvaten.
- concepten om te zetten in businessmodels en resultaat.
- mens en organisatie mee te nemen naar nieuwe richtingen.

De MBA crossmedia onderscheidt zich door:

1. De eerste en enige volwaardige Crossmedia opleiding op wetenschappelijk niveau
2. Een internationaal erkend MBA diploma
3. Ontwikkeld en gedoceerd op basis van concrete behoefte uit de praktijk
4. Een individueel ontwikkeltraject gericht op leiderschap en managementvaardigheden

Een greep uit de docenten:

Erik Huizer, Hoogleraar internet toepassingen UT, directeur Innovatie en Businessdevelopment NOB

Dick Rijken, Haagse Hogeschool

Roland van Veen, KRO

Harry Bouman, TU Delft

Lidwien van der Wijngaert, Universiteit Utrecht

Paul Jansen, Hoogleraar Bedrijfspsychologie VU

Alfred Levi, Oprichter MM&MO

Theo Huibers, Hoogleraar Human Media Interaction Groep, UT, directeur Thaeisis

Arie Brienen, Jaarbeurs Holding

Quintin Schevernels, VNU Media

Mark Zwijnenburg, PCM Uitgevers

Gunther Vogelpoel, Tele2/Versatel

Dina Boonstra, WoltersKluwer

Trudi Willenborg, KRO

Paul Heldeweg, PCM uitgevers

Jeroen Verkroost, Mediamall

Jacob van Kokswijk, Cap Gemini, TU, visiting professor Yonsei University and University of Strathclyde

Doelstelling

1. Het opleiden van de medialeiders van de toekomst die crossmediaal denken en doen tot in hun haarvaten.

- business weten te ontwikkelen in de crossmedia.
- organisatie en mensen mee in beweging krijgen.

2. Directe spin-off naar de eigen praktijk van de deelnemers gedurende de studie; door inbreng van cases vanuit eigen organisatie. Delen is immers vermenigvuldigen!

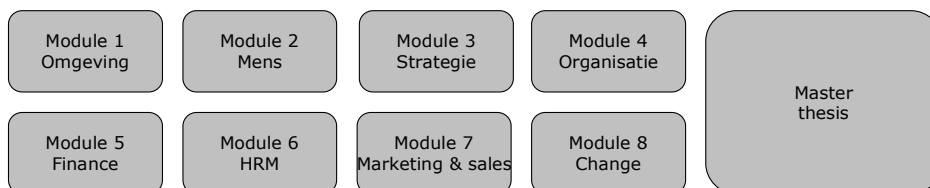
Doelgroep

- U bekleedt een management positie binnen de mediaketen.
- U heeft minimaal vijf jaar werkervaring. De basis van zowel de mediamarkt als managementtheorie wordt bekend verondersteld, maar wel getoetst in de opdrachten.
- U heeft minimaal een afgeronde HBO opleiding of vergelijkbare ervaring en kennis. Lemniscaat School of Management werkt conform Europese MBA standaard.
- Iedere lichting deelnemers wordt geselecteerd op evenredige vertegenwoordiging van de hele mediaketen; dat wil zeggen uit adverteerders, mediabedrijven en technologiebedrijven. Hiermee worden maximale onderlinge leereffecten nagestreefd.

Opbouw programma

De MBA duurt twee jaar en bestaat uit acht modules

- Elke module bestaande uit twee seminars die plaats vinden om de vier a zes weken. Seminars duren een avond en aansluitend twee dagen (12 dagdelen). In principe de woensdagavond, donderdag en vrijdag.
- De MBA wordt afgesloten met een masterthesis waarin het aantal contacturen beperkt is.
- Totale studiebelasting inclusief thuiswerk en masterthesis is 1600 uur, conform Europese MBA standaard. Dit is equivalent aan 60 European Credit Transfer System punten. D.w.z. 5 ECT per module en een scriptie (20 ECT).



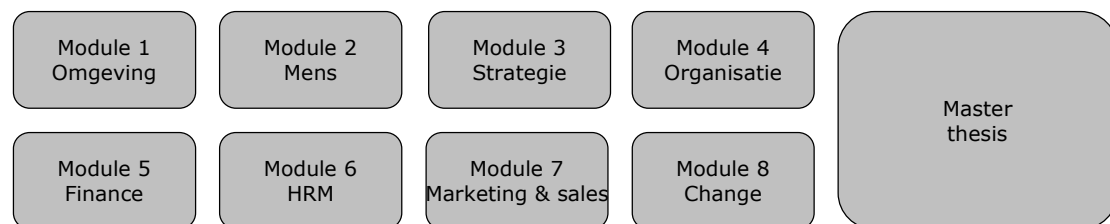
Individueel leertraject

- U krijgt van uw eigen bedrijf een actuele crossmediale onderzoeksvraag/ opdracht mee, die u gedurende de opleiding uitwerkt. U stelt een coach aan uit directie/ management.
- U krijgt een individueel crossmedia executive assessment uitgevoerd door doorgewinterde media-experts. Onderdeel van de MBA is een individueel ontwikkeltraject onder begeleiding van een individuele coach van Lemniscaat.

Concept programma

Basis van de MBA vormen de vragen:

- Wie is de nieuwe consument?
- Wat is crossmedia?
- Hoe ziet de nieuwe organisatie en waardeketen eruit in de crossmedia markt?
- Hoe manage je verandering binnen de eigen organisatie?
- Hoe ontwikkel je business met crossmedia?



Module : 2 maanden

Master thesis: 6 maanden

Totaal: 22 maanden

Module 1. Omgeving

- Historische ontwikkeling media naar crossmedia
- Stand van zaken individuele mediatypen (RTV, web, event, mobiel, papier)
- Maatschappij en media; diversiteit, integratie, globalisering, ..
- Nieuwe media: Generatie Y, thuis werken, ...
- Internationale mediamarkt

Module 2. Mens

- Generatie Y
- De nieuwe consument
- Mediabehoefte
- Consumer to consumer communicatie
- Verdieping mens; psychologie, sociologie
- Vraagstukken van nu: zingeving, werk-prive, inspireren, verbinden, ...
- Management van mensen

Module 3. Strategie

- Strategie en organisatie
- Innovatie
- Kernproblemen en -krachten van media
- Implementatie

Module 4. Organisatie

- Organisatie inrichting crossmedia & nieuwe organisatievormen
- Technologie en organisatie
- Flexibiliteit van organisaties
- Productie van crossmedia
- De media waardeketen in beweging

Module 5. Finance

- Business finance
- Fusies en overnames
- Crossmedia business modellen
- Verdienmodellen in crossmedia
- Onderhandeling in concept-making en productie
- Business effectiviteit

Module 6. HRM

- HRM onderwerpen in de 21^e eeuw: recruitment, talentmanagement, wervind & selectie
- HRM in media
- Nieuwe functies en competenties in media
- Organiseren van creativiteit

Module 7. Marketing & sales

- Interactieve Marketing van de 21e eeuw
- Nieuwe mediatoepassingen
- Adverteerders en reclamebureau's
- Het einde van non-spot

Module 8. Change

- Verandermanagement
- Veranderen van mens en groep
- Naar een crossmediale organisatie
- Leiderschap

Onderscheidend vermogen

De MBA Crossmedia is gebaseerd op de volgende onderscheidende organiseerprincipes:

- **De basis is een concrete behoefte in de business.** Het programma is ontwikkeld i.s.m. de mediaketen en staat onder blijvende verantwoordelijkheid van de Programmaraad en MBA Crossmedia education committee uit het bedrijfsleven.
- **Daadwerkelijke ontmoeting wetenschap met praktijk.** Founders brengen actuele vraagstukken in uit hun mediapraktijk. Alle blokken worden gedoceerd in combinatie van mensen uit wetenschap en praktijk. Lemniscat School of Management werkt met hoogleraren die ook werkzaam zijn in het bedrijfsleven.
- **Executive MBA.** Deelnemers hebben minimaal vijf jaar werkervaring en een managementpositie in een bedrijf binnen de crossmedia markt. De basiskennis wordt bekend verondersteld, maar wordt wel getoetst in de eindopdrachten.
- **Focus op crossmedia** Lemniscat School of Management onderscheidt zich door opleidingen te baseren op concrete vraagstukken uit een bedrijfsketen. Dit houdt in dat het vraagstuk en de keten centraal staat; in dit geval dus crossmedia. Deelnemers met een vooropleiding in de Bedrijfskunde/ Economie etc. of een algemene MBA hoeven dus geen overlap te vrezen.
- **Iedere deelnemer krijgt een voor de MBA ontwikkelde individueel crossmedia executive assessment.** Het opleiden van managers en leiders eist in deze tijd ook ontwikkeling van de individuele kwaliteiten en vaardigheden. Onderdeel van de MBA is een individueel ontwikkeltraject onder begeleiding van een individuele coach. Geen standaard assessment met psychologische test, maar een stevig aan de kaak voelen door doorgewinterde media-experts.
- **MIX.** Iedere lichter deelnemers wordt geselecteerd op evenredige vertegenwoordiging van de hele mediaketen. D.w.z. uit adverteerders, mediabedrijven en technologie. Hiermee wordt maximale onderlinge leereffecten nagestreefd.
- **Het programma is niet vastgelegd.** De crossmedia markt verandert met de dag. Wat vandaag nieuw en hot is, is morgen verleden tijd. Het zou dus onzinnig zijn om nu al vast te leggen wat we volgend jaar gaan doceren. De programma onderdelen staan vast, maar invulling vindt plaats op basis van de laatste ontwikkelingen.
- **Met de voeten in de klei.** Onderdeel van de opdrachten vormt gebruikmaking en verslaglegging van kennis en activiteiten middels alle voorhanden crossmediale technieken en mogelijkheden (weblog, podcast, etc).

Betrokken bedrijven bij ideevorming en ontwikkeling:

Arvato Bertelsmann, Audax, Axioma, Buma/Stemra, Game Capital, M@x Interactive, Jaarbeurs, Mediamall, MTV Networks, NOB, Nokia, PCM Uitgeverij, Service2Media, SBS Broadcasting, Talpa, Telegraaf Media Groep, Trail Finder, Versatal, Vodafone, Wegener, Wolters Noordhof, Canal Digitaal, Clockwork, Endemol, Ericsson, IDG Nederland, M@x Interactive, MVT Nederland, Nozema, Nuon, OpenBC, PCM, Reed Business Information, Sanoma, T-Mobile, United Broadcast Facilities, Universal Music, UPC, Voipster / Backstream, KPN. Zie het smoelenboek voor de gezichten achter de bedrijven

Bijlage 1. Organisatie

Lemniscaat School of Management

Lemniscaat School of Management onderscheidt zich door opleidingen te baseren op concrete vraagstukken uit een bedrijfsketen. Dit houdt in dat het vraagstuk en de keten centraal staat. Lemniscaat School of Management is member van de European Foundation for Management Development, EFMD. Lemniscaat School of Management is onderdeel van Conclusion. Kracht van de combinatie zit in de bundeling van kennis en kunde uit wetenschap, bedrijfsleven en adviespraktijk.

Founders

De kern wordt jaarlijks gevormd door de Foundersbedrijven, een select gezelschap van bedrijven uit de mediaketen. PCM Uitgevers, Tele2/ Versatel, ANWB Media, RTL Nederland en de Nationale Postcode Loterij zijn inmiddels founder.

Programmaraad & Academic board

- Eindverantwoordelijk voor de MBA Crossmedia blijft een Programmaraad, met vertegenwoordigers uit de foundersbedrijven en de het hoogleraren corps.
- Eindverantwoordelijk voor de wetenschappelijke kwaliteit van alle Lemniscaat opleidingen is de Academic Board o.l.v. de Dean
- Basis van het programma wordt gelegd in de .

Bijlage 2. Praktische informatie

MBA Cross Media

Start	: September 2008
Doelgroep	: (hoger) management uit de mediaketen (van adverteerder tot channel)
Duur	: twee jaar
Kosten	: € 30.000,- vrij van BTW, incl. verblijfskosten

Inschrijving en informatie aanvragen via *T +31(0)30-219 39 61* of *E-mail: info@lemniscaat-edu.nl*.

Founder lidmaatschap

U kunt als bedrijf toetreden tot een select gezelschap van Founders. Het Founder lidmaatschap staat voor:

- Verbonden als associate oprichter aan de MBA Cross Media. U wordt als zodanig genoemd in de media-uitingen van Lemniscaat School of Management.
- Lid Programmaraad MBA Cross Media.
- Betrokken bij ontwikkeling van en/of doceren in programma MBA Cross Media.
- 10% korting op MBA deelname voor onbeperkt aantal deelnemers
- 20% korting op de open programma's en alle andere kennisactiviteiten voor onbeperkt aantal deelnemers
- Toegang tot alle ontwikkelde kennis, bronnen en vormen om in te zetten voor maatwerk sessies e.d.
- Kosten Founder lidmaatschap € 10.000,- per jaar.

DBA / promoveren

Data	: vrij
Doelgroep	: met drs/ master titel

Mensen die interesse hebben in het schrijven van een proefschrift over crossmedia kunnen contact opnemen met de academic director/ dean.

Bijlage 3. Academische verantwoording

De MBA crossmedia onderscheidt zich door:

1. De eerste en enige volwaardige Crossmedia opleiding op wetenschappelijk niveau
2. Ontwikkeld en gedoceerd in de driehoek Wetenschap, Mediaketen, Adviseurs
3. Een internationaal erkend MBA diploma
4. Een individueel ontwikkeltraject gericht op leiderschap en managementvaardigheden

Afstuderen aan de MBA Crossmedia geeft recht op de wereldwijd geldige officiële MBA titel.

Lemniscaat School of Management is member van de *European Foundation for Management Development*, EFMD en officieel erkend door de *International University Consortium for Executive education*, UNICON. Wij volgen de internationale standaard voor executive MBA-opleidingen. De MBA Crossmedia experience staat onder wetenschappelijke verantwoordelijkheid van de Academic Board o.l.v. de Dean. De programmaraad van Founders en wetenschap controleert de crossmedia inhoud en praktijkrelevantie.

Academic Board /Het college van hoogleraren.

- **Prof. dr W.F. de Nijs**, hoogleraar strategisch human resource management, Radboud Universiteit Nijmegen en director of studies van Nijmegen School of Management: Dean en voorzitter van de academic board
- **Prof. dr J.J.J. van Dijck**, emeritus hoogleraar organisatiesociologie, Universiteit van Tilburg en voormalig director of studies, Tias Business School.
- **Prof. dr A.J. Cozijnsen**, hoogleraar verandermanagement, Vrije Universiteit Amsterdam; zelfstandig organisatie-adviseur
- **Prof. dr P.G.W. Jansen**, hoogleraar bedrijfspsychologie, Vrije Universiteit Amsterdam; voormalig voorzitter van de Ned. HRM Federatie voor Management Development, NFMD
- **Prof. dr J.H.F. Junggeburst**, academic director hoogleraar nieuwe arbeidsrelaties, Universiteit van Amsterdam en adviseur international labour market affaires.
- **Prof. dr H. Kuipers**, hoogleraar organisatievernieuwing Technische Universiteit Eindhoven; eigen adviesbureau in personeel & organisatie
- **Ir W.P. Smit**, associate professor strategic management TSM Business School; voormalig directeur corporate strategy & planning van AKZO Nobel; zelfstandig adviseur corporate strategy
- **Prof. dr C.W. Vroom**, hoogleraar comparative management, Universiteit Maastricht; zelfstandig organisatie-adviseur
- **Prof. Drs A.F.P. Wassenberg**, associate professor strategie en omgeving, Erasmus Universiteit Rotterdam; partner in instituut GRASP

Geassocieerde hoogleraren.

- **Prof. dr A. Buitendam**, emeritus hoogleraar strategisch human resource management, Erasmus Universiteit Rotterdam; strategisch adviseur
- **Prof. dr D.J. Eppink**, hoogleraar organisatie en management, Vrije Universiteit Amsterdam; diverse bestuurlijke en redactionele functies
- **Prof. dr R. van der Vlist**, emeritus hoogleraar sociale psychologie van de organisatie, Universiteit Leiden; zelfstandig adviseur
- **Prof. dr A.H. van der Zwaan**, emeritus hoogleraar sociale bedrijfskunde en decaan faculteit Bedrijfskunde van de Rijksuniversiteit Groningen