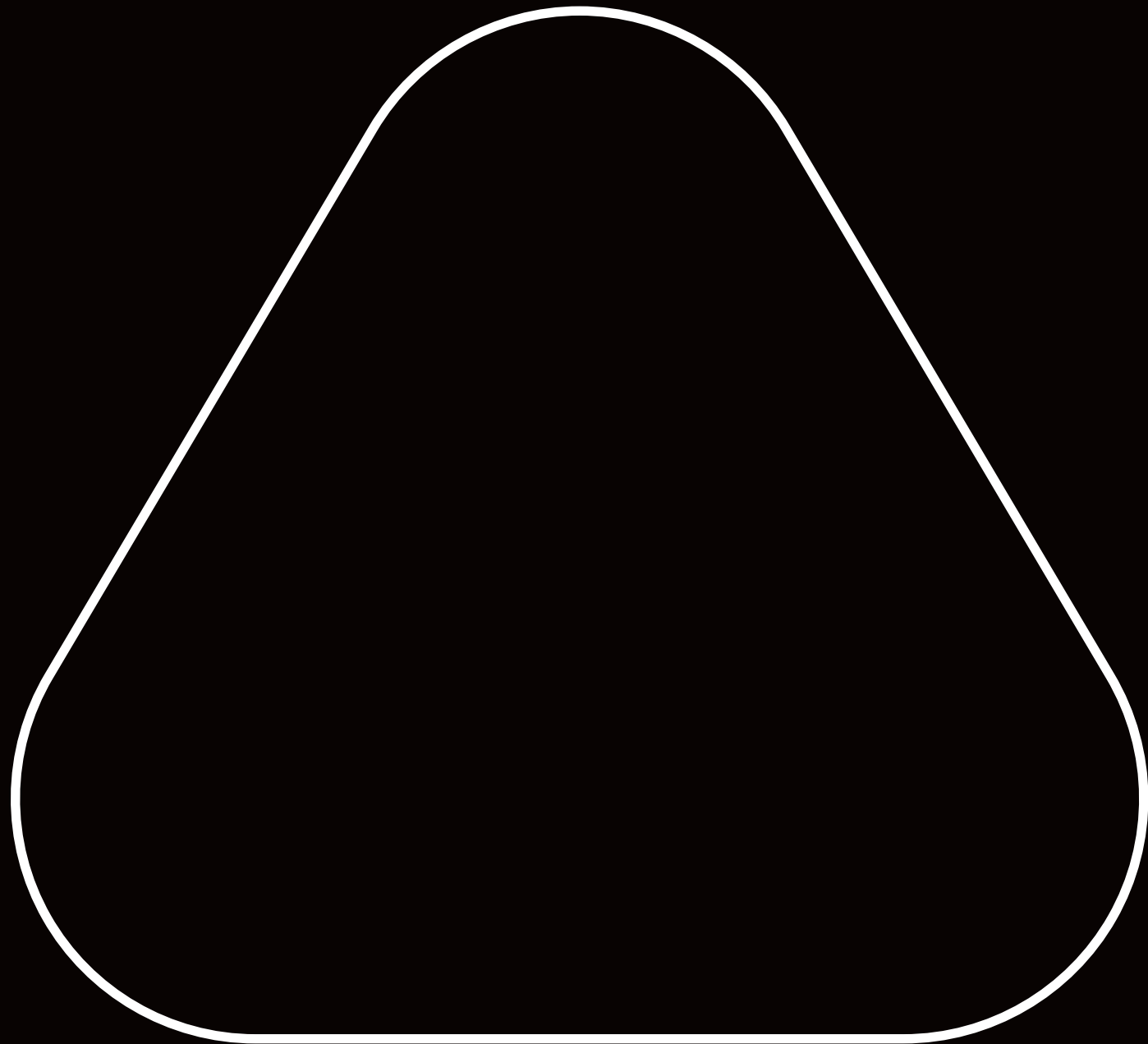




Mediacollege
Amsterdam

Next Level
Strategie 2022-2027



Mediacollege
Amsterdam

Mediacollege Amsterdam, next level.

Onze school heeft een vmbo op de Dintelstraat en verschillende mbo-opleidingen op de Contactweg. We hebben altijd geanticipeerd op veranderingen in het werkveld en in de samenleving. Nieuwe mediatechnologie, verschuivingen in werkgelegenheid, de opkomst van ict in de creatieve industrie, innovatief onderwijs, etc. Met ons vorige strategisch plan 'Get Connected' hebben we belangrijke stappen gezet.

Met deze nieuwe strategie tillen we onze ambities naar een next level. De titel 'NEXT LEVEL' is veelzeggend. We doelen niet op het bereiken van een vaststaand level, maar

op het idee dat we voortdurend streven naar het volgende level. En dat doen we elke dag opnieuw, starting today.

We schetsen in deze strategie onze context als vakschool, onze missie en doelen, en de fingerprint die ons uniek maakt. Het vertelt ons verhaal en geeft richting. De concretisering volgt in de jaarplannen van onze teams.

Marilene Streefland & Mirjam Leinders

college van bestuur
Mediacollege Amsterdam

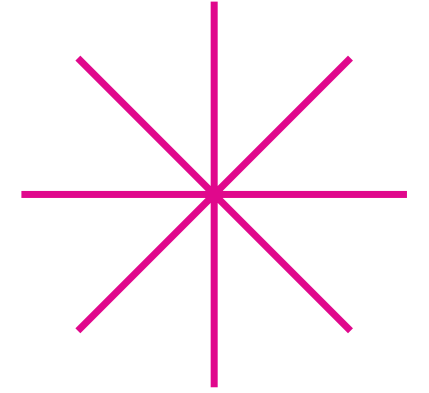
Context en missie

We maken er werk van

We leven in een turbulente tijd.
De maatschappelijke vraagstukken
zijn van een duizelingwekkende
complexiteit.

Analisten en deskundigen proberen er grip op te krijgen. Journalisten schrijven erover. Politici bijten zich erin vast. Toch zijn wij ervan overtuigd dat creatieve vakmensen het verschil gaan maken, zeker degenen die samenwerking, creatief denken en technologie aan elkaar weten te verbinden. Uit die mix komen innovatieve, praktische oplossingen.

Hofleverancier zijn van dit type vakmensen, zien wij als onze opdracht en onze drijfveer. Wij leren ze het samen te maken. Wij gaan ervoor dat onze leerlingen van het vmbo en studenten van het mbo de fijne kneepjes van het vak gaan verstaan en in de wereld het verschil zullen maken. Kortom: Het Mediacollege Amsterdam is de springplank voor technisch - creatief talent in Nederland. We maken er werk van.





Onze visie

De blik naar buiten

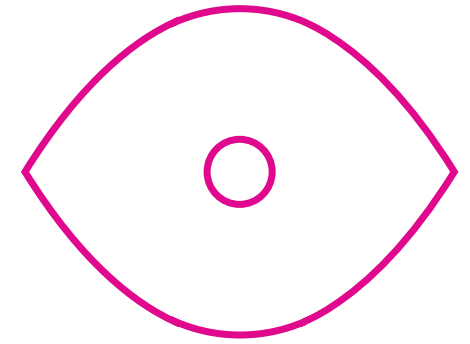
Hoe we het uitvoeren van die opdracht voor ons zien, heeft veel te maken met de aard van de creatieve branche. Onze branche is hyperdynamisch. Vandaag ontwikkeld, is morgen achterhaald. Nu een trend, is straks niet meer van deze tijd. Wat nu nodig is, is dat straks niet meer. Een voorbeeld is de razendsnelle ontwikkeling op digitaal gebied. Denk aan VR-technologie, artificial intelligence, coderen, gamification. Die dynamiek van over elkaar buitelandse technologische vernieuwingen, vraagt van ons een blik die naar buiten is gericht, op de branche, op de doorstroom naar het hbo, op de regio en op maatschappelijke partners.

We zullen ons stevig moeten positioneren in het centrum van de Nederlandse media-industrie. Alleen dan zijn we relevant voor bedrijven en organisaties in onze branche. Alleen dan kunnen we vooraan staan bij de laatste ontwikkelingen en innovaties. Alleen dan weten we wat er morgen en overmorgen speelt en welke kansen dat biedt voor onze leerlingen en studenten en ons onderwijs. Een ding weten we zeker, we zullen voortdurend in beweging moeten blijven. Als we dat doen, bieden we onze studenten de beste garantie op een baan die past en zullen branche en

vervolgopleidingen enthousiast zijn over de studenten die we afleveren. "Oh, ben jij er één van het Mediacollege! Dan zit het goed."

Wat we in 2027 voor ons zien is een Mediacollege waar je de dynamiek van de mediawereld voelt als je er binnenloopt. De sfeer is doortrokken van wat komen gaat, van wat zojuist ontdekt is of op het punt staat ontdekt te worden. Een toekomst die je alvast kunt aanraken. Je ziet leerlingen, studenten, docenten, alumni en externe partners in ruimtes werken met state of the art creatieve technologie. Anderen laten in teams hun creativiteit los op bijvoorbeeld een project over klimaatverandering. Alles wat hier gedaan wordt heeft betekenis. Het bruist.

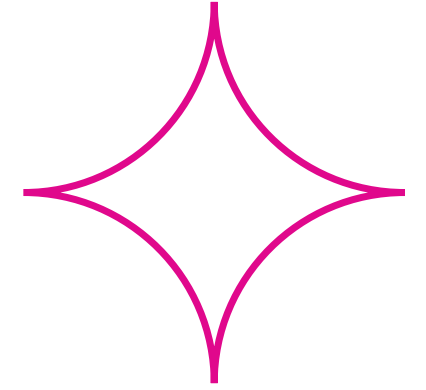
Om het Mediacollege te vinden moet je soms naar de Contactweg of de Dintelstraat, maar het kan ook zijn dat we op locatie zijn met de leerlingen of studenten. Als je de laatste ontwikkelingen in de creatieve industrie wil zien, als je uitdagend en betekenisvol onderwijs wil zien, dan moet je naar het Mediacollege. Wij lopen voorop. Wij maken samen. Dat is het imago dat we in 2027 hebben.



**We halen buiten
naar binnen en
brengen binnen
naar buiten.**



Waar staan we nu?



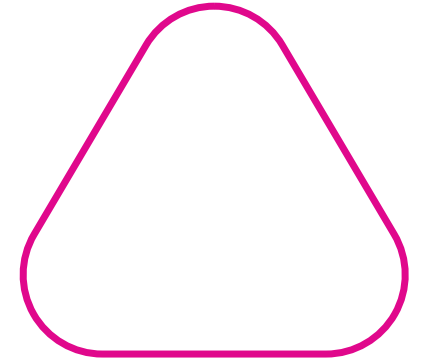
In de ongeveer 100 jaar dat het Mediacollege Amsterdam bestaat hebben we altijd samengewerkt met het werkveld, bijvoorbeeld via ons netwerk van 900 stagebedrijven. In de vorige strategische periode hebben we gewerkt aan de vernieuwing van ons onderwijs en leeromgeving, zoals het mooie concept Ma Maatwerk waarmee we inhoud geven aan betekenisvol en vakoverstijgend onderwijs. We zochten de samenwerking met de creatieve industrie. Daarmee is een stevige basis gelegd voor een intensivering van de samenwerking met het werkveld. Tegelijkertijd was het ook nodig om de aandacht te besteden aan de 'basis op orde', zoals het versterken van pedagogisch-didactisch handelen en het straktrekken van processen en structuren in de organisatie. Zo ontstond er op het vmbo een nieuwe organisatiestructuur om verantwoordelijkheden lager in de organisatie te kunnen beleggen.

Toch verliep de planperiode van 'Get Connected' niet helemaal zoals we hadden bedacht. In 2020 sloeg de coronacrisis toe. De pandemie gooide aan de ene kant roet in het eten, omdat een deel van onze voornemens onder druk kwam te staan. Alle

zeilen moesten bijgezet worden om onze leerlingen en studenten goed te bedienen en we moesten ons in allerlei logistieke bochten wringen om fysiek onderwijs te verzorgen. Na de lockdown begon de strijd tegen de achterstanden en werden de gevolgen voor de sociaal-emotionele ontwikkeling zichtbaar. Aan de andere kant bracht de lockdown de mogelijkheden van online onderwijs en blended learning in een stroomversnelling. In no time hadden we het onder de knie en wisten we niet beter.

We mogen trots zijn op wat we afgelopen jaren hebben bereikt. En nu gaan we door.

Ambities



We kunnen onze missie alleen goed realiseren als we onze blik naar buiten richten en ons midden in de creatieve industrie positioneren. De vraag is hoe we dat gaan doen. Hoe zorgen we ervoor dat wij voorop gaan lopen? Wij denken dat de volgende ambities nodig zijn om daar te komen.

1 Creatief vakonderwijs van hoog niveau

2 Een leeromgeving waar je de dynamiek van de mediawereld voelt

3 Een belangrijke speler zijn en investeren in waardevolle partners

4 Een community opbouwen waar je bij wil blijven horen



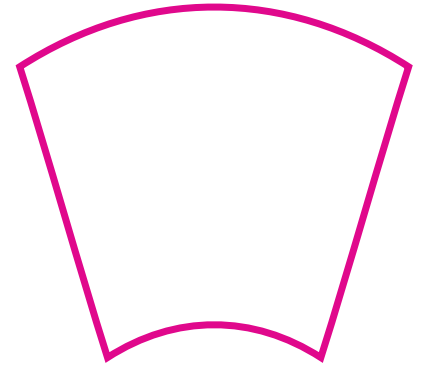
1 Creatief vakonderwijs van hoog niveau

Als we midden in de creatieve industrie willen staan, moet die industrie ons serieus kunnen nemen. Dat kan alleen als we trots zijn op de kwaliteit die we leveren. Een hoge lat dus. En dat betekent elke dag sleutelen aan ons onderwijs en elke dag investeren in onze docenten (ervaren en aanstormend talent). We zullen alles op alles moeten zetten om de meest aantrekkelijke werkgever te zijn voor veelbelovende mensen in onze branche. Voor partners betekent dit een uitnodiging om volwaardig mee te denken over het onderwijs, inhoudelijke vraagstukken aan te dragen en samen vorm te geven aan LLO.

Het zijn de teams die voor de uitdaging staan deze kwaliteit voor de leerlingen en studenten te leveren. Wat de teams daarbij nodig hebben, is dat zij zich gesteund voelen en dat er voldoende ruimte is voor de eigen, unieke invulling. Niet het systeem is maatgevend, maar dat wat nodig is voor onze leerlingen, studenten en medewerkers. Voor medewerkers betekent dit meer ruimte voor onderwijsontwikkeling en een steviger externe oriëntatie.

Bij een school die midden in de creatieve industrie wil staan, hoort een beroepsgericht onderwijsaanbod. We gaan door op de lijn van 'Get Connected' om het beroepsgerichte karakter tot uiting te brengen in curriculum, betekenisvolle projecten en onvergetelijke stages, maar ook in vakoverstijgend onderwijs en in de manier waarop we het onderwijs anders organiseren. Het moet onderwijs opleveren waar je je vingers bij aflikt. Voor studenten betekent dit meer regie op hun leerproces en de beste voorbereiding op het toekomstige werkveld. Laten we overigens niet vergeten dat we te maken hebben met de generatie Z. Deze studenten weten meer dan we denken en hebben uitgesproken opvattingen over wat ze willen leren. Als we de inbreng van deze studenten benutten zal het ons onderwijs nog krachtiger maken.

Mensen die snappen wat er gevraagd wordt, en vervolgens met een beter antwoord komen.



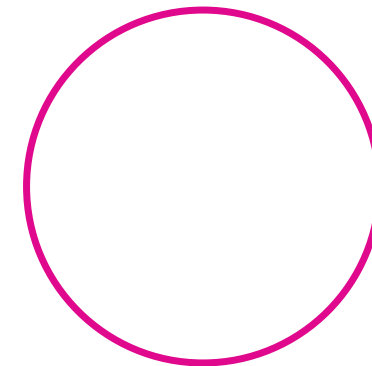
2 Een leeromgeving creëren waar je de dynamiek van de mediawereld voelt

Een blik naar buiten, betekent dat een argeloze bezoeker van het Mediacollege zich vertwijfeld afvraagt of hij of zij een school of een bedrijvenpand voor creative tech is binnengelopen. Die beleving willen we creëren met de inrichting van onze leeromgeving; je moet je midden in de creatieve industrie en toch ook op school wanen. Dat inspireert. We willen dat studenten trots zijn op de omgeving waarin zij met de modernste creatieve technologie samen te gekke dingen mogen maken. Een leeromgeving die tegelijk een aantrekkelijke verblijfplaats is. Een dergelijke inspirerende leeromgeving dwingt respectvol gedrag af.

Als het aan ons ligt, bevindt de leeromgeving zich niet alleen binnen de muren van de Contactweg of de Dintelstraat, maar creëren we het ook op locatie en zelfs in het buitenland waar onze studenten met een beurs internationale ervaring kunnen opdoen. De leeromgeving kan ook de kamer van een student of een koffietentje zijn waar hij of zijn online lessen volgt of aan opdrachten werkt.

Voor studenten betekent dit een inspirerende leeromgeving waar ze graag tijd doorbrengen en die hun leerproces ondersteunt. Voor medewerkers betekent dit een inspirerende werkomgeving waar ze graag tijd doorbrengen en die hen ontzorgt. Voor partners betekent dit toegang tot hoogwaardige faciliteiten en de uitnodiging onderdeel te worden van deze rijke leeromgeving.

Op z'n
Amsterdams.
Met bereik ver
buiten de ring.





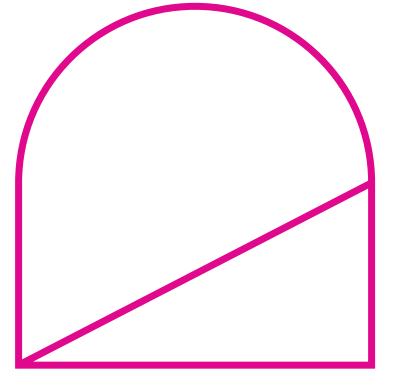
3 Een belangrijke speler zijn en investeren in waardevolle partners

Wij kunnen wel de blik naar buiten richten, maar hoe ziet die buitenwereld ons? Laat duidelijk zijn dat wij een belangrijke speler willen zijn in de creatieve industrie. Dat betekent dat we toonaangevende projecten gaan doen en deze voluit etaleren. We showcasen het creatieve talent van onze leerlingen, studenten en docenten op social media, op toonaangevende vakbeurzen of op welk platform dan ook. Voor studenten betekent dit meer mogelijkheden hun talent te ontwikkelen en te delen.

Het zal een sterk profiel opleveren en interessante partners aan ons binden. Deze partners zullen ons vertellen wat nodig is, wat er speelt in het werkveld. Zij zullen ons voeden met de laatste ontwikkelingen en innovaties. Wij zullen ze vertellen wat onze leerlingen en studenten drijft, wat ze kunnen en wat ze nodig hebben. Voor partners betekent dit duurzame samenwerking aan waardevolle projecten.

We zullen met elkaar aan betekenisvolle projecten werken waar iedereen het over heeft. Ook hier gaan de grenzen vervagen. Dit keer tussen student/leerling, stagiair, docent en werknemer. Voor medewerkers betekent dit een grotere rol in het extern profileren en positioneren van Ma. Samen producten maken waar iedereen van profiteert en leert.

Toonaangevend talent voor toonaangevende bedrijven.





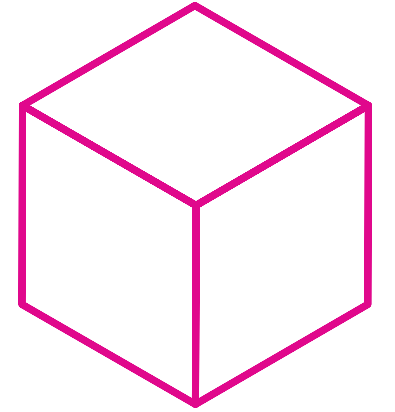
Stefan van der Kort
Project: Consuminderen

4 Een community opbouwen waar je bij wil blijven horen

Wij denken dat we sterker in de mediabranche komen te staan als we een hechte community creëren van leerlingen, studenten, alumni, medewerkers, vervolgopleidingen, bedrijven en andere externe partners. Voor studenten betekent dit onderdeel zijn van een hechte community waar ze zichzelf kunnen zijn en die ruimte biedt voor initiatief. In deze community staat het samen leren en maken voorop. Er wordt geïnspireerd, ontmoet, uitgewisseld, geëxperimenteerd, gefeest, successen gevierd en genetwerkt. Het is de hub waar iedereen graag samenkomt.

Voor medewerkers betekent dit ruimte voor persoonlijke ontwikkeling en meters maken in een effectieve organisatie en voor partners betekent dit de uitnodiging onderdeel te worden van onze community. Een community als deze ontstaat niet zomaar, het moet geladen worden met tradities, rituelen, een gevoel van verbondenheid, gedeelde geschiedenis en een betekenisvol netwerk. Ma, daar wil je bij horen. Dat moet het credo worden.

Voor iedereen die er meer van wil maken





Onze fingerprint

Wat maakt ons Ma?



Nu we de missie, visie en ambities hebben verwoord, is het de vraag op welke manier we aan de slag gaan met onze ambities. Het antwoord op die vraag heeft te maken met onze fingerprint. Hoe gedragen wij ons en wat vinden we belangrijk? Dat maakt ons namelijk uniek. Mensen zullen zeggen: “Jij bent er één van het Mediacollege, toch?”

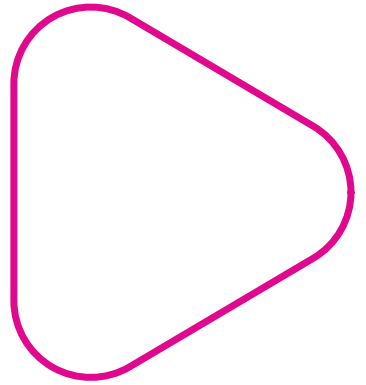


Laten we beginnen bij het kenmerkende gedrag van mensen die bij Ma leren of werken. We zijn ruimdenkend en onbevooroordeeld waardoor iedereen zich open opstelt en kennis en ervaring wil delen. We zijn bevlogen, graag laten we zien hoe waardevol en cool het is om samen iets te maken. We zijn gretig en actiegericht. We leren het liefst al doende.

In onze keuzes en manier van doen, laten we ons leiden door een drietal waarden.

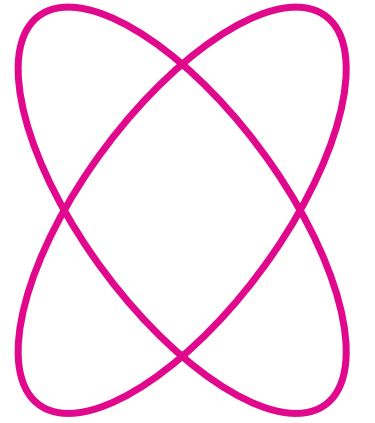
We teach guts

- 1 Open**
Bij Ma mag je zijn wie je bent. Blijf trouw aan wie je bent, waar je in gelooft en waar je voor staat. We zijn onbevongen en optimistisch.
- 2 Duurzaam**
Richt je bij het aangaan van relaties, samenwerkingen en doelen op wat op de lange termijn waardevol blijft. Zodat je meer van jezelf en de wereld maakt.
- 3 Ontwikkelingsgericht**
Alles voor de vooruitgang. Wees reflectief en proactief, leer van fouten en successen en pak door in je ontwikkeling. Elke dag opnieuw, starting today.





Startschot



We staan aan het begin van een uitdagende periode vol technologische vernieuwingen, ook in de creatieve industrie. De wereld heeft ons nodig. Wij gaan ons als Mediacollege stevig positioneren in de creatieve industrie om zo toonaangevend vakgericht onderwijs met onze partners te verzorgen. Het zal onze leerlingen op het vmbo en studenten op het mbo inspireren om vorm te geven aan 'het samen leren maken'. Starting today.

Bijlage:

Uitwerking ambities speerpunt creatief vakonderwijs

1 Curricula

We ontwikkelen integrale en flexibele leerlijnen die naadloos aansluiten op de beroepspraktijk. We investeren in onderwijsvernieuwing van onderwijsclusters en elke opleiding krijgt een zichtbare ict-component.

- Voor studenten betekent dit meer regie op hun leerproces en de beste voorbereiding op het toekomstige werkveld.
- Voor medewerkers betekent dit meer ruimte voor onderwijsontwikkeling en een steviger externe oriëntatie.
- Voor partners betekent dit een uitnodiging om volwaardig mee te denken over het onderwijs, inhoudelijke vraagstukken aan te dragen en samen vorm te geven aan LLO.

2 Hybride leeromgeving

We verbinden ons onderwijs sterker met de branche. Dat doen we door de branche naar binnen te halen en ons onderwijs naar buiten te brengen in hybride leeromgevingen.

3 Begeleiding

Omdat elke leerling en student uniek is zorgen we voor flexibele leerroutes en persoonlijke begeleiding.

4 Brede vorming en internationalisering

We stimuleren betrokken burgerschap met vraagstukken uit de samenleving en het werkveld, aandacht voor interculturele vaardigheden en ondernemerschap. Met actief internationaliseringsbeleid ontsluiten we de wereld voor onze leerlingen, studenten en medewerkers.

5 Leven lang ontwikkelen

We formuleren onze inzet op leven lang ontwikkelen, van basisonderwijs tot contractonderwijs. Met doorlopende leerlijnen, sterke partners en een aantrekkelijk onderwijsaanbod.

Bijlage:

Uitwerking ambities speerpunt rijke leeromgeving

1 Gebouwen

We investeren in de uitstraling, verduurzaming en faciliteiten van onze leeromgeving (bijv. Maakplein, MVI-lab, streamingstudio en stiltewerkplekken). Dit krijgt uitwerking in onze huisvestingsvisie.

2 Verblijfplaats

We verruimen onze openingstijden en verbinden onze faciliteiten met partners in de omgeving. Zo maken we Ma tot een aantrekkelijke verblijfplaats.

3 Online leeromgeving

We bieden een hoogwaardige online leeromgeving, gericht op het ontzorgen van ons digitale onderwijsproces (onderwijs en administratie), waarbij gebruiksvriendelijkheid en veiligheid leidend zijn.

- Voor studenten betekent dit een inspirerende leeromgeving waar ze graag tijd doorbrengen en die hun leerproces ondersteunt.
- Voor medewerkers betekent dit een inspirerende werkomgeving waar ze graag tijd doorbrengen en die hen ontzorgt.
- Voor partners betekent dit toegang tot hoogwaardige faciliteiten en de uitnodiging onderdeel te worden van deze rijke leeromgeving.

Bijlage:

Uitwerking ambities speerpunt profilering en partnerschappen

1 Duurzaam relatiebeheer

Leerlingen en studenten leren het werkveld kennen via ons uitgebreide netwerk in de creatieve industrie. Van snuffelstage tot portfolio-night komen ze in contact met bedrijven en organisaties. Hiertoe ontwikkelen we actief relatiebeheer.

- Voor studenten betekent dit meer mogelijkheden hun talent te ontwikkelen en te delen.
- Voor medewerkers betekent dit een grotere rol in het extern profileren en positioneren van Ma.
- Voor partners betekent dit duurzame samenwerking aan waardevolle projecten.

2 Strategische communicatie

We investeren in strategische communicatie. We zorgen dat onze eigen leerlingen en studenten standaard een leerzame rol spelen in onze communicatie (o.a. via MaMedia) en in de organisatie van terugkerende Ma-events. We maken stages een belangrijk onderdeel van onze profilering als vakschool.

3 Regionale verbinding

Als Amsterdamse vakschool zijn we nauw betrokken bij de maatschappelijke opgaven van onze stad en regio. We trekken samen op met de Gemeente Amsterdam, andere scholen in de stad en met een breed scala aan maatschappelijke organisaties. We introduceren daarnaast een adviesraad met vertegenwoordigers uit de mediabranche.

Bijlage:

Uitwerking ambities speerpunt community

1 Hechte gemeenschap

We geven vorm aan een hechte community van leerlingen, studenten, medewerkers, alumni en partners. We ondersteunen dit met faciliteiten en programmering en nodigen iedereen uit hier mede vorm aan te geven.

- Voor studenten betekent dit onderdeel zijn van een hechte community waar ze zichzelf kunnen zijn en die ruimte biedt voor initiatief.
- Voor medewerkers betekent dit ruimte voor persoonlijke ontwikkeling en meters maken in een effectieve organisatie.
- Voor partners betekent dit de uitnodiging onderdeel te worden van onze community.

2 Professionalisering

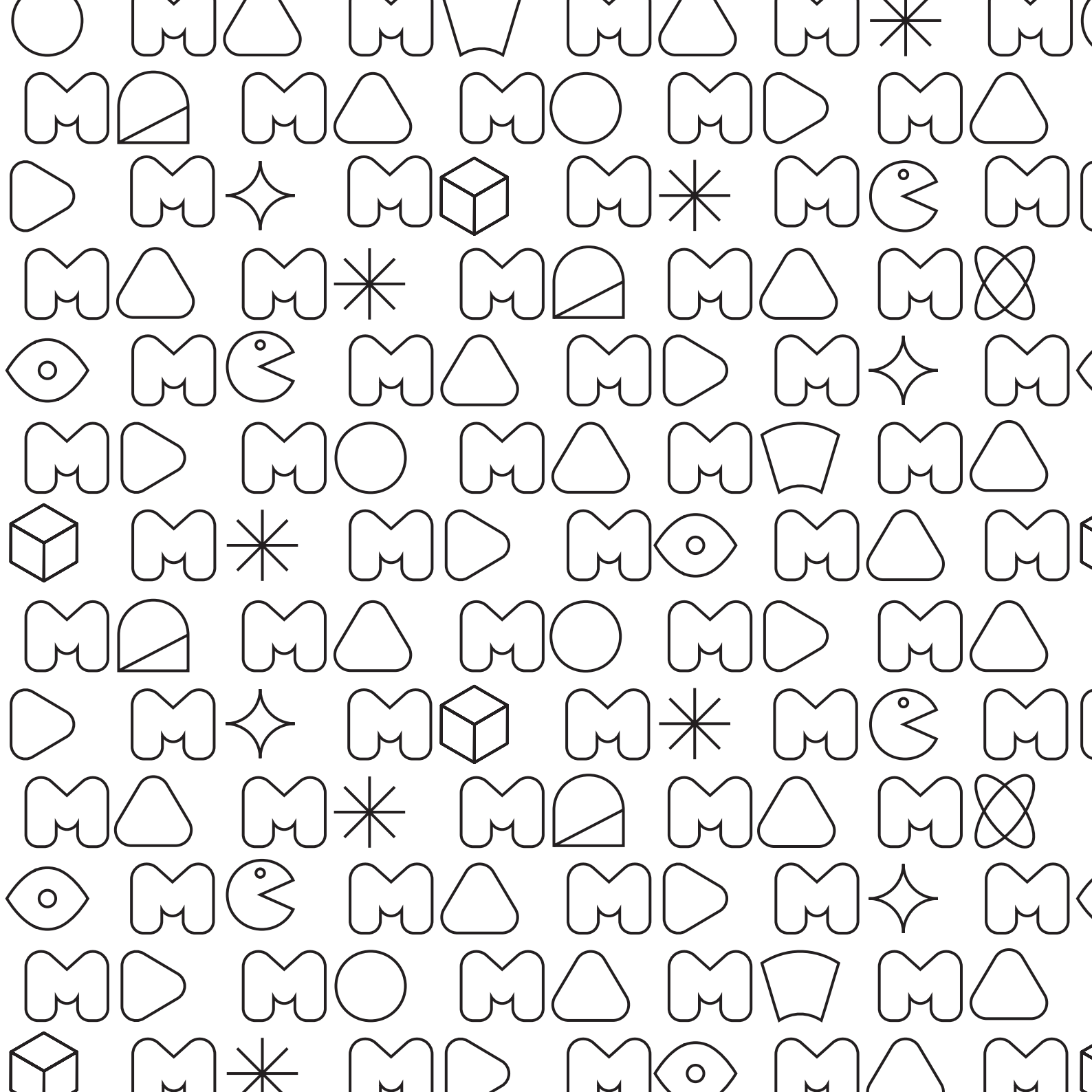
We stimuleren leven lang ontwikkelen voor al onze docenten en stafmedewerkers. We faciliteren dit met een laagdrempelig en uitdagend professionaliseringsaanbod vanuit onze Ma Academie.

3 Kwaliteitscultuur

We versterken de kwaliteitscultuur van onze lerende organisatie. Dit vraagt planmatig werken, het vooraf toetsen van haalbaarheid en benodigde capaciteit, een heldere structuur van jaarlijkse teamplannen en het monitoren van voortgang en impact.

4 Slagvaardige organisatie

Onze organisatiestructuur moet aansluiten op onze strategie. Opleidingen gaan samenwerken in onderwijsclusters en we bekijken o.a. de invulling van een Servicebureau Studenten en een Servicebureau Medewerkers, als centrale loketten waar je met alle vragen terecht kan.





Mediacollege
Amsterdam

Starting today.