



**EDG MEDIA**

Kom binnen bij het onderwijs





**EDGMEDIA**  
Kom binnen bij het onderwijs

# Inhoudsopgave

1. Waarom dit plan?
2. Over EDG Media
3. Aanpak ontwikkeling lesprogramma
4. Hoe gaan wij te werk?
5. Kenmerken en voorbeelden van een online les
6. Actieve campagne richting het onderwijs
7. Grove kostenindicatie en doorlooptijd

# 1. Waarom dit plan?

Diverse organisaties in Nederland doen keihard hun best om een plek te bieden waar de verhalen en herinneringen van WOII levend worden gehouden. Het is zo belangrijk dat de generatie van vandaag ook deze verhalen en herinneringen hoort. Wat is er gebeurd, waarom, en wat betekent dit voor vandaag de dag?

Een lesprogramma in combinatie met een bezoek aan een herinneringsplek is een zeer sterke combinatie. Wellicht heb je als organisatie al lesmateriaal op de plank liggen, maar twijfel je of dit nog aansluit bij de belevingswereld van leerlingen of weet je niet goed waar te beginnen. Wij kunnen jullie hierbij ondersteunen.

Niets is zo zonde als er mooi materiaal is ontwikkeld, maar het wordt niet gebruikt (of is niet bekend) door het onderwijs. EDG beschikt over een enorm netwerk binnen het onderwijs. Hiermee zorgen wij ervoor dat het materiaal bij de juiste doelgroep onder de aandacht wordt gebracht.

EDG werkt voor dit plan samen met de organisatie Geef Een Gezicht. Beeldmateriaal dat eerder door hen is ontwikkeld, kan en mag rechtenvrij worden ingezet voor dit lesprogramma. Daarnaast kan er ook nieuw beeldmateriaal worden ontwikkeld. Hiermee bieden wij een unieke combinatie van kennis, expertise en veel ervaring.

## 2. Over EDG Media

EDG Media is een mediabedrijf voor het onderwijs opgericht in 1992. Wij helpen diverse opdrachtgevers het onderwijs op een effectieve manier te bereiken. Via communicatiecampagnes, het ontwikkelen van lesmateriaal en ondersteunende producten. EDG bereikt het onderwijs gericht en zorgt voor campagnes die aansluiten bij de functie en taak van een onderwijsprofessional. EDG bereikt het PO, VO en MBO. Door jarenlange ervaring en een sterk netwerk, zijn wij in staat om onze opdrachtgevers te adviseren over de beste aanpak voor zijn/haar vraag. Wij werken voor diverse overheidsinstellingen, (non-)profit organisaties, diverse opleidingsinstituten, branches en sectoren.

## 2. Aanpak ontwikkeling lesprogramma

Een lesprogramma in combinatie met een fysiek bezoek aan een herdenkingsplek vormt een sterke combinatie. Voorafgaand aan een bezoek biedt een les bijvoorbeeld context aan het thema WOII en de plek die ze gaan bezoeken. Na het bezoek biedt een les en stuk verwerking, koppeling aan de thematieken die vandaag de dag spelen.

- Les 1: in de klas, voorbereidende les op context.
- Bezoek aan de fysieke herinneringsplek.
- Les 2: in de klas, verwerking en afsluiting.

Dit lesprogramma is tijdloos en kan jaarlijks worden aangeboden bij de scholen.

## 2. Aanpak ontwikkeling lesprogramma

We schetsen een globale aanpak over hoe wij te werk gaan bij de ontwikkeling van een lesprogramma. Alle lesprogramma's worden op maat ontwikkeld. Afgestemd op de wens en doelen van onze opdrachtgever. De volgende punten zijn hierbij van belang:

- Voor welke doelgroep wil je een lesprogramma ontwikkelen? PO/VO/Mbo (of een combinatie)
- Waar wil je dit lesprogramma aanbieden, bijv. een regionaal gebied?
- Welk doel heeft het lesprogramma? Bijv. als voorbereiding op een bezoek aan de locatie, of ter afsluiting van een bezoek.
- Denk hierbij ook na over kennis/houding/gedrag.
- Wat wil je dat de leerlingen onthouden na het volgen van het lesprogramma? Noem max. 3 onderwerpen.

## 2. Aanpak ontwikkeling lesprogramma

We formuleren ook een aantal vaste uitgangspunten, gebaseerd op onze ervaring en gelijksoortige projecten:

- We ontwikkelen additioneel materiaal. Dat betekent dat dit lesprogramma ingezet wordt naast het reguliere materiaal (methodes).
- Het is van belang dat we aansluiting zoeken bij de kern-/leerdoelen, zodat de leraar direct ziet hoe dit additionele programma kan worden ingezet. Als aanvulling of vervanging van de methode.
- Naar alle waarschijnlijkheid past dit lesprogramma binnen de vakgebieden Burgerschap, Maatschappijleer en Geschiedenis.
- We ontwikkelen materiaal voor circa 1-2 uren.
- We ontwikkelen voornamelijk online lesprogramma's. Gemakkelijk deelbaar, aan te passen en te onderhouden. De handleiding en evt. werkbladen worden als download (pdf) in de online omgeving aangeboden.



# 3. Hoe gaan wij te werk?

- Stap 1: gezamenlijk opstellen van de briefing waarin we de doelen/doelgroep/uitgangspunten vastleggen.
- Stap 2: ontwikkelen lesconcept. In deze fase maken we een grove omschrijving van de lesopbouw en werkvormen.
- Stap 3: redactionele uitwerking van de les(sen) zelf, handleiding en evt. werkbladen voor de leerling.
- Stap 4: design lesprogramma, op welke manier gaat de les er (online) uit zien?
- Stap 5: technische realisatie, het daadwerkelijk ontwikkelen van les incl. alle interacties.
- Stap 6: testen en livegang.

## 4. Kenmerken en voorbeelden

Een groot voordeel van een online les is de hoge mate van interactie met de leerlingen. O.a. door het integreren van videocontent, maar ook door leerlingen te laten reageren via hun eigen mobiele telefoon. Bijvoorbeeld op stellingen. Ze kunnen dan anoniem hun mening geven, het klassikale resultaat wordt getoond op het digibord en dit geeft vervolgens aanleiding tot discussie.

Andere vormen van interactie zijn o.a.: quizen (meerkeuze/waar-niet waar), stellingen, timers, zoekplaten, slepen/volgorde zetten.

Voorbeelden van eerder ontwikkelde lesprogramma's:

- [www.online-masters.nl](http://www.online-masters.nl)\*
- <https://lesmateriaal.poweruptheplanet.nl/>\*
- [www.primaindeklas.nl/superkrachten](http://www.primaindeklas.nl/superkrachten)

*\*Dit zijn platforms die meerdere lessen/onderdelen aanbieden. Het geeft vooral een indruk van de diverse interacties.*

# 5. Actieve campagne richting het onderwijs

Elk lesprogramma dat wij ontwikkelen, wordt in combinatie met een communicatiecampagne aangeboden. Afhankelijk van type en omvang doelgroep, stellen we een campagne samen. Denk hierbij aan een combinatie van dedicated e-mailings, ons mediaplatform PrimaOnderwijs en mogelijk zelfs een fysieke uiting.

Alle middelen worden ingezet om het gebruik te stimuleren. Idealiter ontwikkelen we een landingspage waar men zich kan aanmelden voor het lesprogramma. Op deze manier hebben we goed zicht op het gebruik en kunnen we de doelgroep naderhand ook bevragen over gebruik en waardering.

In de kostenindicatie nemen we een stelpost op voor de campagne, omdat dit sterk afhangt van bereik/oplage is dit lastig vooraf in te schatten.

# 6. Grove kostenindicatie en doorlooptijd

## **Ontwikkeling lesprogramma – uitgaande van 1-2 lesuren, incl.:**

- Voorbereiding/research (o.a. opstellen briefing)
- Conceptontwikkeling
- Redactionele uitwerking
- Design
- Technische realisatie
- Projectbegeleiding

Stelpost: 20-25k (ex. BTW)

Excl. videocontent en ander eventueel benodigd beeldmateriaal.

## **Campagne:**

- Landingspage om aan te melden
- Dedicated e-mailings
- Optioneel fysieke mailing

Stelpost: 7,5k (ex. BTW)

**Doorlooptijd:** gemiddelde ontwikkeltijd voor dit soort trajecten is 3-4 maanden.

## 6. Toelichting kostenindicatie

De geschetste kostenindicatie is echt ter indicatie en sterk afhankelijk van hetgeen al bij de organisatie aanwezig is. Is er bijv. al lesmateriaal ontwikkeld dat als basis gebruikt kan worden, dan scheelt dit in het kostenplaatje. Wij maken überhaupt graag gebruik van de kennis die binnen de organisatie aanwezig is.

Datzelfde geldt voor de campagne. Ook deze kosten zijn sterk afhankelijk van het gewenste bereik en resultaat. Wanneer dit concreet is, kunnen wij een gerichte campagne samenstellen en begroten./

Wij zijn ervan overtuigd voor elk budget iets te kunnen doen. Dus zie dit vooral als richting, en laten we het gesprek aangaan op het moment dat er interesse is.