

Studiegids

Deze cursus is een samenwerking tussen HAS Hogeschool
en GetPact



Packaging Projectmanager

Februari 2020



Inhoud

| | | |
|------------|---|----------|
| 1. | HAS KENNISTRANSFER EN BEDRIJFSOPLEIDINGEN EN GETPACT | 1 |
| 2. | PACKAGING | 2 |
| 3. | INVULLING BEDRIJFSOPLEIDING PACKAGING PROJECTMANAGER | 2 |
| 5. | DOEL..... | 6 |
| 6. | OPLEIDINGSAANPAK, OPDRACHTEN EN TOETSING..... | 6 |
| 7. | STUDIEBELASTING | 6 |
| 8. | VOOR WIE EN TOELATINGSEISEN..... | 7 |
| 9. | AANMELDING..... | 7 |
| 10. | INVESTERING/KOSTEN | 7 |
| 11. | DATA, TIJDEN EN PLAATS | 7 |

1. HAS Kennistransfer en Bedrijfsopleidingen en GetPact

Voor je ligt de studiegids van de bedrijfsopleiding Packaging Projectmanager.

Deze bedrijfsopleiding is tot stand gekomen uit een samenwerking van HAS Kennistransfer en Bedrijfsopleidingen en GetPact.

HAS en GetPact

HAS Kennistransfer en Bedrijfsopleidingen en GetPact delen de ambitie om een bijdrage te leveren aan het verder professionaliseren van de Voedingsindustrie. De partijen hebben in elkaar een solide en deskundige partner gevonden met een stevige verankering in de Food wereld. De kennis en ervaring van HAS Kennistransfer en Bedrijfsopleidingen in het verzorgen van bedrijfsopleidingen en de expertise van GetPact in de begeleiding van verpakkingsprocessen en -projecten vormen een unieke combinatie voor de samenwerking in de bedrijfsopleiding Packaging Projectmanager.

Studeren bij HAS Kennistransfer en Bedrijfsopleidingen

HAS Kennistransfer en Bedrijfsopleidingen is dé opleider voor professionele doeners. We ondersteunen professionals bij hun ambitie te groeien in hun loopbaan. Dat doen we al 25 jaar. Al vele bedrijven en instellingen in agro, food en groene ruimte hebben gebruik gemaakt van de kennis en kwaliteit van onze Bedrijfsopleidingen en cursussen.

Onze Bedrijfsopleidingen en cursussen komen tot stand in nauwe afstemming met partners en opdrachtgevers. Vakdocenten van HAS Hogeschool en gastdocenten uit het bedrijfsleven verzorgen de lessen. Onze hogeschooldocenten komen geregeld over de vloer bij agro- en foodbedrijven. Je krijgt dus les van experts die jouw werkveld kennen. Zij dagen cursisten elke keer weer uit de aangereikte kennis en/of de getrainde vaardigheden direct toe te passen.

Onze insteek is dan ook 'leren moet op werken lijken'. Dat betekent dat de realiteit en toepassing van kennis altijd centraal staan. Na het volgen van een cursus of Bedrijfsopleiding gaat het erom dat je het geleerde kunt toepassen in je werk. Tijdens de lessen spelen we in op je ervaringen en werksituatie door discussie en uitwisseling van ervaringen met medecursisten. De deelnemers aan de cursus of Bedrijfsopleiding zijn vaak in hetzelfde vakgebied werkzaam als jij. En dat zorgt ervoor dat je in korte tijd je netwerk uitbreidt en leert van de ervaringen van je medecursisten.

Wij blijven continu investeren in onze Bedrijfsopleidingen en cursussen en in (langdurige) relaties met onze opdrachtgevers. En met succes: onze huidige opdrachtgevers waarderen onze aanpak met een 8,9 voor klanttevredenheid. Dit wordt periodiek getoetst door Cedeo, dit keurmerk waarborgt de kwaliteit en klanttevredenheid.

Je kunt erop rekenen dat wij ook in 2019/2020 een partner zijn waarop je kunt bouwen.



2. Packaging

Met een boodschappenmand vol in de rij voor de kassa staan is een alledaagse en weinig spannende bezigheid. Echter om die producten op de schappen te krijgen, te vervoeren van de winkel naar huis zonder beschadigingen en thuis handig te laten zijn in het gebruik, gaat een heel complex proces aan vooraf. Er is tegenwoordig een hele industrie met tal van professionals werkzaam in talloze beroepen om dat voor elkaar te krijgen. En dat lang niet al die producten zo handig in het gebruik zijn, geeft al aan dat deze industrie nog volop in beweging is. Alleen al in de laatste paar jaar zien we tal van nieuwe verpakkingsmogelijkheden op het schap verschijnen (soep in zak, wasbultjes, 1-2-open deksels, hersluitbaar broodbeleg in tal van varianten) en die ontwikkelingen blijven doorgaan. Naast de fysieke verschijningsvorm van verpakkingen wordt er door middel van grafisch ontwerp ook telkens weer naar de gunst van de koper gedongen met verleidelijke afbeeldingen of het communiceren van een reeks nieuwe smaken. De keten van verpakken wordt steeds langer en complexer. Niet alleen vanwege eindeloze reeks nieuwe producten maar ook vanwege de eisen rondom wetgeving en voedselveiligheid. Bedrijven zijn op zoek naar partners die hen kunnen helpen met het implementeren van nieuwe verpakkingen en het naar de markt brengen daarvan. Kennis van de keten van verpakken is een specialisme geworden. Een Packaging projectmanager is de spin in het web en onmisbaar in deze complexe processen.

3. Invulling bedrijfsopleiding Packaging Projectmanager

Verpakken van producten is een wezenlijk onderdeel in de gehele keten van een product. Van opdracht om een verpakking voor een product(range) te maken, tot de uiteindelijke verpakking is een complex proces waarbij veel partijen betrokken zijn met ieder zijn eigen expertise in het proces. Goede communicatie is onmisbaar tussen deze partijen. Dit vraagt om een projectmanager die het hele proces kan overzien en er uiteindelijk voor zorgt dat er een verpakking ligt die voldoet aan de eisen van alle stakeholders in het proces. Een eenvoudige grafische weergave van de verschillende fasen in een verpakkingsproces is hieronder weergegeven.



Figuur 1: Verpakkingsproces in vijf stappen

Deze onderdelen samen, zoals in figuur 1 te zien is, vormen de kapstok waaraan de verschillende onderdelen van de opleiding zijn opgehangen. De varianten in kanalen en ketens van verpakken zijn talrijk. We zullen ook aandacht besteden aan circulaire systemen en korte of alternatieve ketens zoals online shoppen. De huidige verpakkingen zijn nog nauwelijks aangepast aan deze nieuwe methoden. We bereiden de packaging project manager voor op vragen uit deze emerging ketens. In het volgende hoofdstuk zetten we de invulling van de bedrijfsopleiding in grove lijnen uiteen.

Dag 1 De verpakingsketen

Introductie

Het packagingproces is een complex proces. Met veel verschillende partijen met veel verschillende belangen die in de praktijk niet altijd goed met elkaar communiceren. Deze opleiding geeft inzicht in wie de verschillende partijen zijn, wat hun belang is en hoe je dit proces kunt gaan managen.

In de eerste uren van de opleiding starten we met bovenstaande introductie én de aanleiding van marketing om een product te introduceren, hiermee wordt het hele marketing proces, en het procesmanagement voor de verpakking in gang gezet. We gaan ook in op online shoppen. Een groeiend fenomeen met veel uitdagingen en kansen voor verpakingsproces en verpakkingontwerp.

Ter introductie op de opleiding wordt het proces en de keten van verpakken in grote lijnen uitgelegd. In de dagen die volgen worden deze grote lijnen in detail ingevuld.

Dag 2: Marketing

Marketing beslist dat er een nieuw product moet komen. Wat is de reden voor de introductie van dit nieuwe product, wat is de achtergrond en wat is de doelgroep? Hoe zit de markt van dit product/ categorie in elkaar en wat zijn de kansen voor dit product? Hoe wordt het product gepositioneerd/ onder welk merk valt het product en waarom maakt men deze keuze? Bij marketing worden de uitgangspunten en randvoorwaarden gedefinieerd.

Wat is de rol van de Categorie manager en Brandmanager? Wie levert welke info, hoe zijn de rollen in dit proces verdeeld en wie neemt de eindbeslissing? Allemaal vragen waar we in de module marketing een antwoord op geven. Uiteraard leggen we in de marketing de nadruk op de marketing in relatie tot de verpakkingen.

Binnen de module marketing staan we tevens stil bij de verschillen in het proces bij een Private label en A-merk fabrikant en besteden we specifiek aandacht aan brandmanagement.

Retail Private Label versus A-merken

We staan stil bij verschillende retail organisaties en multinationals, het verschil tussen Private labels en A-merken en de verschillende werkwijzen/ processen komen aan de orde.

Retail koopt verpakt product in. Men is afhankelijk van leveranciers met hun veilige keuzes, Retail heeft zelf weinig toe te voegen.

A-Merk fabrikanten doen zelf aan productontwikkeling, lopen voorop in de markt en hebben naast verpakking vaak marketingbudget om producten te promoten.

Brandmanagement

Brand management is een communicatie functie binnen marketing. Binnen Brandmanagement kijkt men hoe het merk is gepositioneerd in de markt en hoe de gewenste reputatie van het merk bereikt wordt en gehandhaafd blijft. Het ontwikkelen van een goede relatie met doelgroepen/consumenten is essentieel voor Brandmanagement. Hoe werkt consumentengedrag bij aankoopbeslissingen en wat is de invloed van de verpakking daarin? Tastbare elementen van Brandmanagement zijn het product zelf; kijken, prijs, verpakken enz. Wat is de rol van het merk en wat is de rol/ communicatiekracht van de verpakking? Hoe wordt een assortiment bepaald en wat komt er kijken bij schapmanagement?

Dag 3: Procesmanagement

Met welke stappen in het proces heb je als Packaging project manager te maken? Wie zijn je in-en -externe stakeholders in het proces? Welke stappen worden door de verschillende stakeholders in de keten gezet en wie is waarvoor verantwoordelijk? Binnen het packaging proces heb je in de verschillende fasen bepaalde vragen te beantwoorden waarbij je ook altijd verder vooruit moet kijken.

Tevens leggen we verschillende projectmanagement theorieën uit. Bijbehorende terminologien als TGKIO, SMART en TQM worden toegelicht.

Supply chain bekijkt de hele keten (zowel verpakking als product intrinsieke informatie) en bekijkt alle stappen in het proces en de acties die genomen worden met de daarbij behorende gevolgen in de keten.

Quality management: product intrinsieke kwaliteit/ niet misleiden. Deze informatie moet men valideren en borgen.

Quality manager wil ook kijken naar hele verpakkingsproces, proces valideren. In verband met het afbreukrisico wordt het proces en de betrokken partijen gemonitord.

Dag 4: Design

Vragen die deze dag beantwoord worden: Hoe werkt een designbureau? Wat is de rol van het designbureau binnen het packaging proces? Welke stappen worden binnen het designproces doorlopen (strategie, brief-moodboard, conceptschetsen, keuze concept, uitwerken concept, definitief design).

Verschillende soorten aanpak/ proces n.a.v. soort project/ opdracht. Hebben we te maken met een compleet nieuw design? Of met een line-extensie van een bestaande reeks?

Hoe brief je een designbureau?

Dag 5: Verpakkingsmateriaal en technieken

Welke verpakkingsmaterialen zijn er? Hoe worden ze gemaakt? Wat zijn de eigenschappen en (on)mogelijkheden van verpakkingsmaterialen? Welke afwerkingsvormen zijn mogelijk en welke product verpakkingscombinaties?. Papier en karton, glas, blik komen allemaal uitgebreid aan bod. Van grondstof tot eindproduct.

Dag 6: Verpakkingsmateriaal en verpakkingsproces

We behandelen op deze dag de verschillende soorten kunststof die gebruikt worden voor verpakkingen. Waarom en wanneer gebruik je kunststof? Welke materialen dragen bij aan de barrière eigenschappen van verpakkingen? Waarom zijn er zoveel verschillende soorten kunststof in gebruik?

Ook nemen we door welke elementen er nodig zijn bij het inrichten van een verpakkinglijn. Welke problemen kennen de producten en welke methoden zijn er om te verpakken.

Dag 7: Decoratietechniek

Uitgangspunt voor het technische verpakkingsbestand (artwork) en lithografie zijn: Design, specificaties, stans, productgegevens en druktechniek. Hoe werkt dit proces? Waarom heb je deze informatie nodig en wat kan je daarmee?

Welke (verpakking-technische)vragen moet je vooraf stellen om tot optimaal resultaat te komen? Welke druktechnieken bestaan er, bij welke materialen of verpakkingsvormen kunnen ze worden toegepast en wat zijn de gevolgen van een keuze voor een bepaalde druktechniek?

Dag 8: Wetgeving en systemen

De wetgeving verandert nog al eens. Het is erg belangrijk om de juiste informatie volgens de warenwet op de verpakking weer te geven. Kennis hiervan brengen we je bij op deze dag. We behandelen onder andere:

Warenwetrichtlijnen voor Food, Feed en Cosmetics. De gevolgen daarvan voor de verpakking. Wie is aansprakelijk? We gaan in op Product informatie systemen (Foodscore, SIM/PS), op de juridische kant van de verpakkingen (contracten, branche organisaties, overheid/Europa, inspectie) en de juridische aansprakelijkheid komt uitgebreid aan de orde: derving, uit schap halen, bij ziek worden/overlijden na consumptie van product, risico's voor het merk, claims, etcetera.

Welke elementen moeten gecommuniceerd worden op verpakking? Symbolen, logo's EAN code. Vragen, antwoorden of kennis die tal van partners in de keten hebben en waar een packaging manager over mee moet kunnen praten.

Dag 9: Financiële haalbaarheid van verpakkingen

Zoveel partijen met zoveel belangen waar jij als packaging projectmanager mee te maken hebt en die je moet managen. We lichten de belangen van de verschillende partijen toe.

Wat is de rol van de leverancier: productie gedreven, technische efficiëntie, kosten gedreven en/of kiezen voor veilige oplossingen?

Wat is de rol van de inkoper? Hij moet verschillende afwegingen maken en daarin prioriteren: prijzen, voorraadbeheer, betrouwbaarheid, leveringen en kwaliteit.

Daarnaast is de verpakking een belangrijk element voor de kostprijs van een product. Het is belangrijk dat je als projectmanager goed weet hoe de kostprijs van een verpakking bepaald wordt en dat je alles doorberekent. We gaan tijdens deze dag in op hoe de kostprijs in elkaar zit en hoe je alle verschillende kosten moet doorberekenen.

Dag 10: Duurzaamheid / MVO

Een duurzame verpakking wordt meer en meer geëist door de markt of gewenst door de producent. Wat is een duurzame verpakking? Met kennis van de materialen en ketens leert u antwoorden te geven op deze vragen die niet zo evident zijn als het wellicht lijkt.

De overheid is steeds actiever in het handhaven of bedrijven de verordening '*Naleven essentiële eisen verpakkingen*' wel op de juiste manier naleven. Deze verordening is nu onduidelijk, niet specifiek en niet meetbaar.

GetPact heeft een handleiding gemaakt van deze richtlijn verpakkingen (webbased via smartsheet). Steeds meer retailers gaan MVO op verpakkingen communiceren. Wat zijn de do's en don'ts?

Dag 11: Presentatie cases en toets

We ronden deze cursus af met presentaties van de casus waaraan gewerkt is. Bovendien is er een kennistoets. Bij voldoende resultaat sluit je de bedrijfsopleiding af met een certificaat van HAS Kennistransfer en Bedrijfsopleidingen.

4. Doel

Deze bedrijfsopleiding geeft je kennis, inzicht en vaardigheden die nodig zijn om het gehele verpakkingsproces van het begin tot het einde te kunnen managen. We leren je de taal te spreken van de verpakkingswereld zonder daarbij in detail te treden. Dat laat je over aan de verschillende experts die je na deze opleiding weet te vinden en aan te sturen! We leren je onder andere hoe en welke informatie je moet verzamelen in het begin, de begeleiding van het design en prepress bij verpakkingen van en naar een geheel nieuw design. Maar ook het begeleiden van de doorvertaling van bestaande verpakkingsconcepten of bestaande verpakkingen laten aanpassen en controleren.

5. Opleidingsaanpak, opdrachten en toetsing

We hebben al veel gezegd over de praktische insteek. In de bedrijfsopleiding wisselen theorie en praktijk elkaar af. Leren van en met elkaar draagt bij aan het leerresultaat. Een case over een verpakkingsproces loopt als rode draad door de opleiding heen. Daaraan koppelen we verschillende opdrachten die je in een groep danwel individueel maakt. De nieuwste software gebruiken we in de lessen als ondersteuning bij het managen van dit proces. Je sluit de opleiding af met een kennistoets.

We gebruiken onderstaand boek gedurende de opleiding wat je bij aanvang van de bedrijfsopleiding uitgereikt krijgt:

Packaging Design, succesfull product branding from concept to shelf. (Kimchuck & Krasovec)
Daarnaast reiken onze docenten links aan naar interessante literatuur.

6. Studielast

De studielast bestaat uit 11 bijeenkomsten van 5 uur. Naast de lessen zal je gevraagd worden de geleerde theorie verder toe te passen op je bedrijf. Dit zal deels gebeuren tijdens de bijeenkomsten, maar er wordt ook van je verwacht dat je de opdrachten thuis verder uitwerkt. We verwachten dat je ongeveer 4 uur tijd nodig hebt naast iedere les. Het is natuurlijk altijd aan jezelf hoeveel tijd je aan de opdrachten wilt besteden.

7. Voor wie en toelatingseisen

De opleiding is bedoeld voor mensen die zich willen omscholen/bijscholen tot projectmanager speciaal gericht op verpakkingen. Mensen met een achtergrond in de levensmiddelenindustrie, retail, FMCG, grafische industrie, algemene projectmanagers, Food Design, (directie) secretaresses zijn interessante cursisten voor deze opleiding.

We vragen denk en werkniveau op MBO+/HBO niveau. U moet het leuk vinden om projectmatig te werken, te structureren, te communiceren en een teamplayer te zijn. Daarnaast bent u kritisch en beschikt u over een doortastende houding.

8. Aanmelding

Je kunt je aanmelden via onze website www.haskennistransfer.nl/food.aspx

Op de site kiest u voor de bedrijfsopleiding Packaging Projectmanager. Ook kun je hier terecht voor onze cursus- en annuleringsvoorwaarden.

9. Investing/kosten

Deelname bedraagt €2.500,- (excl. 21% btw en cateringarrangement a € 15,00 per dag (excl. 9% btw).

10. Data, tijden en plaats

Op donderdagmiddag- en avond. De bijeenkomsten worden gehouden van 16.00 uur tot 21.00 uur en worden voorzien van een avondmaaltijd middels het cateringarrangement. De eerste bijeenkomst staat gepland voor donderdag 13 februari 2020.

De vaste locatie is HAS Hogeschool in Den Bosch.