

Erasmus Webstijl Document

December 2014

Versie: 1.1

Stafafdeling Marketing & Communicatie

webservice@smc.eur.nl

Inhoudsopgave

Contents

Contents

| | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| Inleiding..... | 3 |
| Brand Identity Wheel | 4 |
| Merkportfolio..... | 5 |
| Stramien..... | 9 |
| #1 Top bar | 10 |
| #2 Header..... | 10 |
| #3 Menu & Webtrail | 10 |
| #4 Slider | 11 |
| #5 Zoeken..... | 12 |
| #6 Also sees (rechterkant) | 12 |
| #7 Content | 13 |
| SEO | 13 |
| #8 Swoosh / achtergrond..... | 14 |
| Templates..... | 15 |
| Homepage..... | 15 |
| Content | 17 |
| Vormentaal | Error! Bookmark not defined. |
| Kleurenschema | 19 |
| RBG waarden | 19 |
| Hexawaarden | 19 |
| Font | 20 |
| Overige functionaliteiten | 21 |
| Also sees..... | 21 |
| Call to action | 21 |
| Tweetalig..... | 21 |
| Social media | 24 |
| Handleidingen..... | 24 |
| Beeldbank | 24 |
| Fotografie..... | 25 |

| | |
|-----------------------------|----|
| Subsites | 25 |
| Mobile & responsive | 25 |
| Wijzigingen huisstijl | 25 |
| Contact | 25 |

Inleiding

Erasmus Web Service (EWS), onderdeel van de Stafafdeling Marketing & Communicatie heeft als het corporate webteam van de Erasmus Universiteit de taak het Erasmus web op planmatige wijze te beheren.

De Erasmus Style Guide is opgesteld naar aanleiding van de invoering van de nieuwe (web)huisstijl van de Erasmus Universiteit Rotterdam, ontworpen door Fabrique. Deze webstyleguide biedt de belangrijkste richtlijnen voor het opbouwen en door ontwikkelen van webpagina's van de EUR.

EWS beheert binnen Erasmus Web vele websites: van de corporate websites (www.eur.nl) tot deelwebsites van werkmaatschappijen, die autonoom opereren maar merktechnisch onderdeel van de moederorganisatie zijn. Om deze websites te beheren is in 2006 voor het *content management systeem* (CMS) *TYPO3* gekozen. Dit systeem stelt EWS in staat alle websites van eenzelfde content- en stijlniveau te voorzien.

Het is gebruikelijk dat de verantwoordelijkheid voor de content van een webpagina of -site bij de desbetreffende eigenaar ligt. Verantwoordelijk voor de inhoud van webpagina's ligt dus niet bij EWS. EWS is wel verantwoordelijk voor het functioneel beheer van Erasmus Web en voor de grafische stijl die deze websites hebben.

In de zomer van 2014 is de huidige huisstijl van de Erasmus Universiteit in gebruik genomen. Deze styleguide biedt inzichten in de nieuwe vormen, kleuren en functionaliteiten van de huisstijl. Met vragen of opmerkingen naar aanleiding van deze styleguide kunt u contact opnemen met:

Erasmus Web

E: webservice@smc.eur.nl

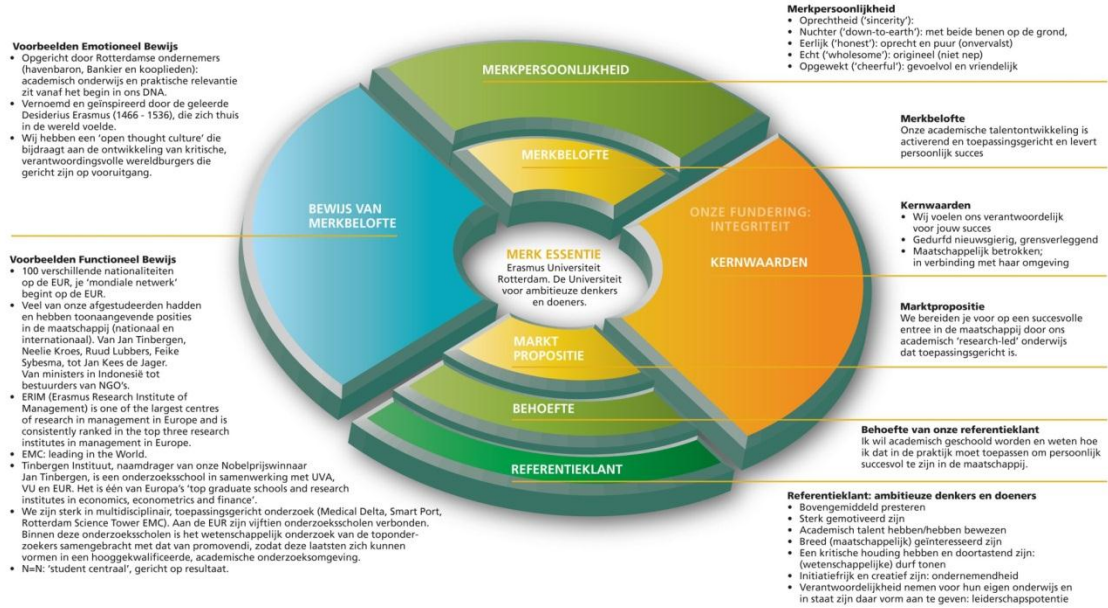
T: 010 408 2946

Brand Identity Wheel

Onderstaand model toont alle bouwstenen van het merk Erasmus University Rotterdam. Het is leidend geweest in het bedenken van de corporate identity van de EUR en is richtinggevend voor alle vormen van communicatie.

BRAND IDENTITY WHEEL

BOUWSTENEN



Merckportfolio

De website van de Erasmus Universiteit Rotterdam bestaat uit meerdere deelwebsites die corporate en facultaire informatie bieden aan een breed scala aan stakeholders. Daarnaast zijn er websites van bijzondere onderdelen als graduate schools, projecten en verscheidene BV's van de universiteit.

Meerdere webstijlen

Erasmus Web kent geen monolithische branding; er is geen sprake van 1 enkele webstijl. De stijl van een deelwebsite hangt af van de plek die de afzender in het merkenmodel van de universiteit heeft. Dit merkenmodel is de structuur waarlangs ons hoofdmerk Erasmus University Rotterdam en haar submerken zich de komende jaren planmatig ontwikkelen. Het vaststellen van de plaats (of categorie) in het merkenmodel is een taak van Stafafdeling Marketing & Communicatie. Submerken mogen dus niet zelfstandig besluiten in welke categorie ze willen opereren.

Ons merkenmodel kent vier categorieën, ook in de webcommunicatie:

Categorie 1: Hoofdmerk

In deze categorie staat het corporate merk 'Erasmus University Rotterdam' centraal. Binnen deze categorie communiceren we de Erasmus Universiteit Rotterdam als merkafzender. Extra afzenderlagen worden in deze categorie niet of bij uitzondering vormgegeven. Bijzondere elementen en duiding wordt in de content opgelost.



The screenshot shows the Erasmus University Rotterdam website. At the top, there is a navigation menu with links: Over de EUR, Onderwijs, Onderzoek, Faculteiten, Bibliotheek, Campus & Faciliteiten, Nieuws, Informatie voor, and Vacatures. The Erasmus logo is visible in the top right corner. Below the navigation, there is a large image of a cityscape. On the left side, there is a sidebar menu under 'Over de EUR' with the following items: > Historie, > Bestuur en organisatie, > EUR 100 jaar impact, > Universitaire plechtigheden, > Corporate events, > Rankings, > Feiten en cijfers, > Corporate publicaties, > Eredocoraten, Onderscheidingen en Prijzen, > Erasmus Duurzaam, > Fondsen, and > Medezeggenschap. The main content area features a large heading: 'Universiteit voor ambitieuze denkers en doeners'. Below the heading, there is a paragraph: 'De Erasmus Universiteit Rotterdam (EUR) is een internationaal georiënteerde onderzoeksuniversiteit met een uitgesproken maatschappelijke oriëntatie in haar onderwijs en onderzoek. Onze wetenschappers en studenten werken aan het oplossen van mondiale, sociale uitdagingen, geïnspireerd door het altijd dynamische en kosmopolitische Rotterdam.' This is followed by another paragraph: 'Ons academisch onderwijs is intensief, actief en toepassingsgericht. Ons onderzoek vindt steeds vaker plaats in multidisciplinaire teams, die sterk verweven zijn met internationale netwerken. Met onze onderzoeksimpact en studiekwaliteit kan de EUR zich meten met de top van de Europese universiteiten. Belangrijke waarden voor de Erasmus Universiteit Rotterdam zijn durf, nieuwsgierig, maatschappelijke betrokken, grensverleggend en streven naar succes.' Below this, there is a section titled 'Heldere focus' with a paragraph: 'De EUR staat bekend als de universiteit van ambitieuze denkers en doeners. Ons scherpe profiel kenmerkt zich door verregaande samenwerking en de bijzondere focus op een select aantal disciplines. Ons wetenschappelijk onderwijs en onderzoek richt zich op een viertal domeinen:' followed by a bulleted list: • **Gezondheid**: van moleculair tot mens tot maatschappij, • **Welvaart**: duurzame economische groei.

Categorie 2: Submerk

In deze categorie bevinden zich de faculteiten en andere onderdelen van de Erasmus Universiteit Rotterdam die sterk gelieerd zijn aan het hoofdmerk. Deze categorie ligt dicht tegen categorie 1 aan. Binnen deze categorie is het submerk prominent zichtbaar in de vorm van een woordmerk en is er sprake van een bijpassend kleurenpallet en vormtaal.

The screenshot shows the website for the Faculty of Social Sciences (FSW) at Erasmus University Rotterdam. The header includes navigation links for English, MyEUR, Contact, Sitemap, and Zoeken, along with the Erasmus logo. The main banner features a woman in a feathered costume with the text "Discover People Discover Society". Below the banner is a welcome message and a list of departments: Bestuurskunde, Sociologie, Psychologie, and Pedagogische Wetenschappen, each with a "Ga naar website" button. A search bar is located on the right side, and a "Ga naar" section lists various university services. The footer includes a news section with the headline "Dr. Ferry Koster bijzonder hoogleraar Innovatieve Samenwerking bij het TIAS" and a link to "Relatie zelforganisatie en overheidssturing centraal bij maatschappij internationaal".

Categorie 3: Gekoppeld merk

De categorie waarin instituten en BV's die 'verder af staan' van het hoofdmerk Erasmus University Rotterdam centraal staan. Binnen deze categorie communiceren we Erasmus University Rotterdam én het gekoppeld merk als afzender.

In deze categorie is er veel ruimte voor eigen invulling door het merk. Er is echter altijd een (visuele) 'koppeling' naar de Erasmus University Rotterdam. In deze categorie vallen ook RSM en Erasmus MC.

The screenshot shows the IHS website homepage. At the top, there is a navigation menu with links: About IHS, Education, Research, Advisory, Prospective students, Current students, Alumni, and Urban professionals. Below the menu is a search bar and a large image of students in a library setting. A blue banner over the image reads: "IHS education offers outstanding career prospects!" According to 95% of IHS Alumni* *IHS International Alumni Survey. To the right of the image are three buttons: "Apply! MSc in Urban Management & Development", "Request a brochure!", and "Apply Science without Borders Sustainable Urbanism". Below the main image is a section titled "55 years of educating urban professionals!" with a short paragraph about the institute's history and a "Like" button showing 49,170 likes. At the bottom, there are four small image thumbnails: "IHS LIBRARY", "MSC UMD", "PROSPECTIVE STUDENTS", and "ON-LINE APPLICATION". On the right side, there is a "NEWS" section with a "CALENDAR" link and several news items, including "To Russia with love! IHS to travel to Russia for study in Holland Seminar" and "IHS staff win 'Honorable Mention' award in international design competition".

Categorie 4: Het merk als endorser

In deze categorie staan samenwerkingsverbanden/partnerships met externe, gelijkwaardige merken centraal. Het gaat in deze categorie dus altijd om afzenders die niet in categorie 1, 2 en 3 van het merkenmodel vallen. Binnen deze categorie is Erasmus University Rotterdam meestal het secundaire merk, de endorser, samen met een of meerdere partnermerken. Daarbij wordt gebruik gemaakt van de stapled version van het corporate logo. Onze vormtaal wordt hier niet toegepast.

We use cookies on this website. For more information read our [Cookie policy](#). [I accept](#)

English Nederlands Search

mEdical dElta Home Research Education Business Facilities News About Jobs

& About we add

Mission & goals
Medical Delta Team
Facts & figures
Map
Medical Delta consortium
International connections
Events
Contact
Media
Downloads
Cookie policy

Medical Delta

The consortium of top life sciences and medical technology partners in the Netherlands

Medical Delta is a research driven life sciences and medical technology cluster situated in the west of the Netherlands. The Delft-Leiden-Rotterdam region contains a remarkable and unique concentration of healthcare centres, technological and scientific expertise and the largest cluster of life sciences companies of the Netherlands.

Medical Delta Introduction

mEdical dElta & we add

Partners

TU Delft

Erasmus MC
ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM

Leiden University Medical Center

Universiteit Leiden

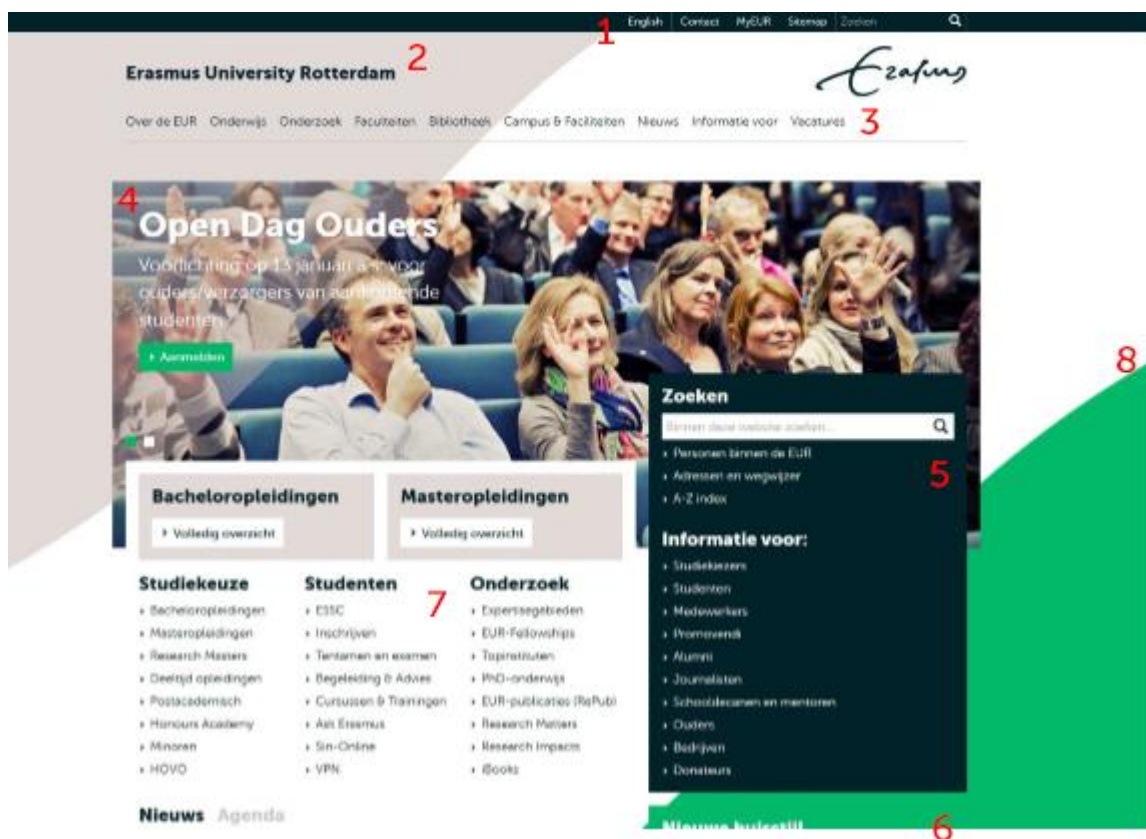
With:

- Excellent universities and medical centers in life sciences and meditech
 - Leiden University
 - Erasmus University Rotterdam
 - Delft University of Technology
 - Leiden University Medical Center
 - Erasmus University Medical Center

Stramien

Het stramien voor de corporate website (categorie #1) bestaat uit een vast aantal elementen. Deze indeling geldt ook voor sites in categorie #2. De indeling bestaat uit een vast aantal elementen:

- 1. Top bar;
- 2. Header;
- 3. Menu & webtrail;
- 4. Slider;
- 5. Zoekelement;
- 6. Also sees (rechterzijde);
- 7. Content;
- 8. Swoosh / Achtergrond.



#1 Top bar



De top bar – de bovenste balk in het scherm met kleinere teksten en een zoekglasicoon – bestaat uit links en een zoekbalk. De zoekfunctie doorzoekt de corporate pagina's van Erasmus Web. Op faculteiten doorzoekt u via de zoekbalk enkel de pagina's van de desbetreffende faculteit.

Op deze regel wordt geen uitzondering gemaakt.

#2 Header



Corporate header



Facultaire header (Erasmus School of Law)

De header bestaat uit het woordmerk Erasmus University Rotterdam. Dit woordmerk linkt naar de corporate homepage (www.eur.nl). Daarnaast staat aan de rechterkant de Erasmus signatuur. Ook die linkt naar de corporate homepage.

Op facultaire websites en sites (inclusief iBMG) staat op de plaats van het corporate woordmerk het gestapelde woordmerk van de faculteit. Wanneer er op dit facultaire woordmerk geklikt wordt, komt de bezoeker op de homepage van de desbetreffende faculteit. Ook op de facultaire webpagina staat aan de rechterkant de handtekening van Erasmus. Deze linkt naar de corporate homepage.

Hierop zijn geen uitzonderingen mogelijk.

#3 Menu & Webtrail



Bij het aanmaken van een nieuwe pagina is het menu standaard het corporate menu dan wel van de bovenliggende subsite. Ook is het mogelijk om van een bepaalde pagina een subsite te maken.

Let wel op dat – *in tegenstelling tot de vorige huisstijl* – het niet toegestaan om een andere naam prominent te voeren in de header van de desbetreffende subsite. In de

nieuwe webhuistijl is het enkel mogelijk om de naam van de subsite weer te geven voor de webtrail. Deze zal dikgedrukt en in de kleur van de faculteit of van de universiteit (corporate groen) te zien zijn.

Let erop dat er niet teveel items in het menu staan. In dat geval wordt het menu over twee regels weergegeven, wat onhandig is.

Wanneer de pagina wordt gezien als een subsite, is het mogelijk om een eigen hoofdnavigatie te krijgen. Dit verzoekt dient, via de key-user van het eigen onderdeel, ingediend te worden bij Erasmus Web Service.

#4 Slider



De slider op de homepage ontsluit dieperliggende pagina's en heeft als belangrijk doel om de reputatie van de EUR op het gebied van Onderwijs en Onderzoek te verstevigen. Goed beeldgebruik in de slide, en oog voor de interactie met korte, krachtige tekst is essentieel. De call to action-button verwijst naar de gewenste vervolgactie. De slider is toe te voegen aan elke homepage template. De slider is bedoeld als een call-to-action: op de link in de slider kan geklikt worden.

De slider kent de volgende specs en elementen:

- Formaat: 995x420 px (let erop dat de content & het zoeken over de foto heenvallen!). Beeldtaal is in de stijl belangrijk.. Ook in de webcommunicatie. Volg daarin de algemene richtlijnen voor fotografie (zie de brandguide)
- Titel (+/- 6 woorden max.) – in voorbeeld: Open dag Ouders
- Subtitel (+/- 1 korte zin) – in voorbeeld: Voorlichting op (..) studenten.
- Knop: Tekst is zelf te kiezen + een link waar het naartoe moet verwijzen

Het is mogelijk om meer dan 1 slider toe te voegen. Denk er wel aan dat hoe meer items er toegevoegd worden, hoe groter de kans dat mensen het bewuste item niet zien. Zorg er dus voor dat de belangrijkste slide steeds vooraan staat.

Handleiding: zie einde;

Zoeken

Binnen deze website zoeken...



- › Personen binnen de EUR
- › Adressen en wegwijzer
- › A-Z index

Informatie voor:

- › Studiekiezers
- › Studenten
- › Medewerkers
- › Promovendi
- › Alumni
- › Journalisten
- › Schooldecanen en mentoren
- › Ouders
- › Bedrijven
- › Donateurs

#5 Zoeelement

Het zoeelement is een vaste bouwsteen in de nieuwe huisstijl en kent altijd de corporate kleur (donker groen). Het is niet mogelijk om het gehele zoeken vlak te verwijderen.

In het voorbeeld op de homepage staat onder Zoeken nog een "Informatie voor" met daaronder enkele links. Dit is wel aan te passen binnen TYPO3. Met behulp van bulletpoints kan hier een extra ingang gecreëerd worden.

De achtergrondkleur van dit vlak is altijd corporate groen. Tekst is diapositief.

#6 Also sees (rechterkant)

De also sees aan de rechterkant (enkel aanwezig bij een *homepage* template) zijn verkrijgbaar in twee kleuren. De corporate kleur (voor faculteiten de facultaire kleuren) en de corporate grijze kleur (lichtgrijs).

De also sees zijn opgebouwd uit drie gedeelten: titel (dikgedrukt), subtitel en een call to action-knop. Al deze teksten zijn aan te passen.

Het maximaal aantal also-sees op een homepage is 3. Meer dan 3 is niet meer effectief. Ook is het mogelijk om hier nieuws te plaatsen.

In Also sees passen we geen beeld toe.

- › Schooldecanen en mentoren
- › Ouders
- › Bedrijven
- › Donateurs

Nieuwe huisstijl

Erasmus Universiteit Rotterdam

› Lees meer

De leukste geschenken online bestellen

› Check onze webshop

#7 Content

Het hoofdgedeelte van de pagina dat op meerdere manieren kan worden ingevuld. Er zijn verschillende elementen beschikbaar in *TYPO3* om een scala aan pagina's te maken. Ten slotte is onder elke pagina een balk te vinden om de betreffende pagina te delen via social media.

In de content is het tevens mogelijk om also sees en nieuwsberichten te plaatsen. Instructies met betrekking tot de functionaliteiten in de contentkolom (e.g. also sees, call to actions, nieuws) zijn te vinden in de desbetreffende handleidingen.

Ondanks dat het mogelijk is om in het contentvlak een HTML-element te plaatsen, is dit niet aan te raden. Het gebruik van (eigen) HTML kan ervoor zorgen dat de website in een later stadium – bijvoorbeeld na een eventuele upgrade van *TYPO3* – niet meer correct werkt. U bent er zelf verantwoordelijk voor om deze pagina's opnieuw op te bouwen.

SEO

Het wordt u aangeraden om bij uw content te laten op de SEO voorschriften van Google om uw pagina zo hoog mogelijk weer te geven in de zoekresultaten. Dit houdt in dat u in ieder geval het volgende in:

- Goed gebruik van de headers (begin met header 1, vervolgens header 2, etc.);
- Er dient vanaf een andere pagina naar uw pagina gelinkt te worden;
- U dient de juiste woorden te gebruiken in de header (bijvoorbeeld niet Erasmus Universiteit);
- Voor meer informatie zie o.a.:

<https://support.google.com/webmasters/answer/35769>



The screenshot shows a navigation menu with the following structure:

- Bacheloropleidingen**
 - > Volledig overzicht
- Masteropleidingen**
 - > Volledig overzicht
- Studiekeuze**
 - > Bacheloropleidingen
 - > Masteropleidingen
 - > Research Masters
 - > Deeltijd opleidingen
 - > Postacademisch
 - > Honours Academy
 - > Minoren
 - > HOVO
- Studenten**
 - > ESSC
 - > Inschrijven
 - > Tentamen en examen
 - > Begeleiding & Advies
 - > Cursussen & Trainingen
 - > Ask Erasmus
 - > Sin-Online
 - > VPN
- Onderzoek**
 - > Expertisegebieden
 - > EUR-Fellowships
 - > Topinstituten
 - > PhD-onderwijs
 - > EUR-publicaties (RePub)
 - > Research Matters
 - > Research Impacts
 - > iBooks
- Nieuws Agenda**

#8 Swoosh / vormtaal

Elke faculteit heeft haar eigen specifieke achtergrond, een specifieke swoosh. Deze achtergrond bestaat uit een gedeelte van het Erasmus logo en is voor elke deelpagina van een faculteit hetzelfde. De kleuren en de vorm zijn niet aan te passen en zijn per site gelijk.

Op de websites in categorie 1 en 2 is de vormtaal van de EUR toegepast. De vormtaal op corporate sites is gelijk. De vormtaal varieert per facultaire website.

Templates

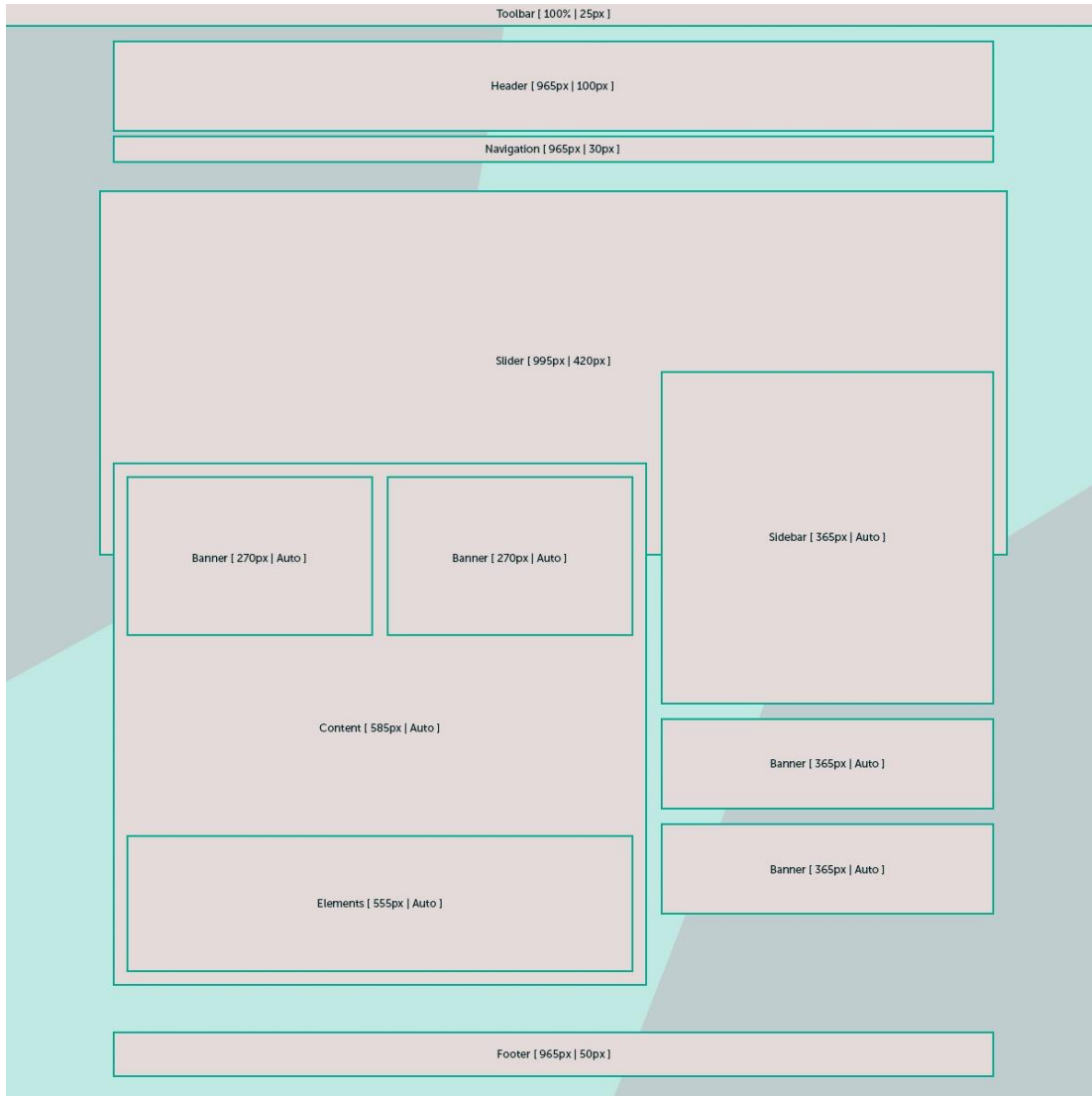
Met de nieuwe huisstijl is het aantal templates teruggebracht van meer dan 10 templates naar twee. Op dit moment is het mogelijk om gebruik te maken van:

- (i) de homepage template of
- (ii) de content template.

Homepage

De huidige homepage is opgebouwd uit de volgende elementen:

| Element | Breedte | Hoogte | Overig |
|---------------------------|---------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Toolbar (top header) | 100% | 25px | |
| Header | 965px | 100px | |
| Navigatie | 965px | 30px | |
| Slider | 995px | 420px | Let op: Sidebar & contentvlak valt hierover heen, houdt hier rekening mee met het zoeken van een afbeelding. |
| Content | 585px | Auto | |
| 2x also sees homepage | 270px | Auto | 15px marge |
| Element | 555px | Auto | 15px marge |
| Sidebar | 365px | Auto | |
| Also sees rechts (banner) | 365px | Auto | |

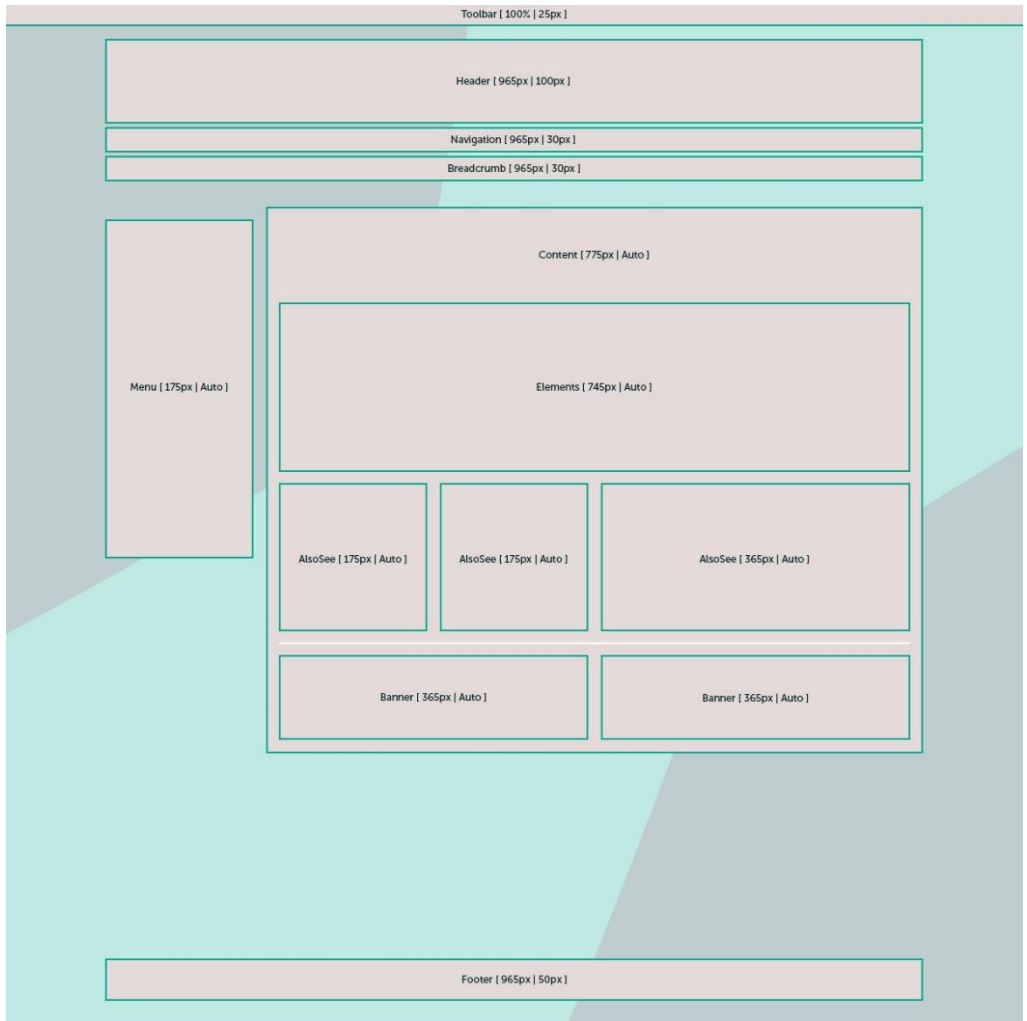


Content

De content pagina's zijn – in vergelijking met de vorige huisstijl – compleet veranderd. In plaats van een 1-3-1 structuur (waarbij het mogelijk was om aan de rechterkant also sees te plaatsen) is er gekozen voor een 1-4 structuur bij alle contentpagina's.

De content templates zijn als volgt opgebouwd:

| Element | Breedte | Hoogte | Overig |
|-------------------------------------------------------------|----------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Toolbar (top header) | 100% | 25px | |
| Header | 965px | 100px | |
| Navigatie & breadcrumb | 965px | 30px | |
| Foto achtergrond mogelijk (niet weergegeven in de template) | 995px | 200-420px | Let op: Sidebar & contentvlak valt hierover heen, houdt hier rekening mee met het zoeken van een afbeelding. |
| Content | 775px | Auto | |
| Element | 745px | Auto | 15px marge |
| Also see | 175px 365px | Auto | 15px marge |
| Menu | 175px | Auto | |



Kleurenschema

Er is sprake van een strikt kleurenschema. De corporate kleuren en de facultaire kleuren zijn hieronder weergegeven. Het is niet mogelijk om deze kleuren te wijzigen bij een nieuwe subsite. Bij de subsite dient u gebruik te maken van het kleurenschema van de desbetreffende faculteit waar deze onder valt. Mocht het een corporate subsite zijn, maakt u gebruik van de corporate kleuren.

RBG waarden



Hexawaarden

| | | | | |
|---------------------|----------------------------|--------------------------|--------------|----------|
| EUR Groen 002328 | EUR Helder groen 00b969 | EUR warm grijs e3dad8 | | |
| ESE ffd700 | ESL bc0436 | FSW ff9e00 | FW 00b4d2 | RSM - |
| iBMG 801a99 | MC - | ESHCC 006ec3 | EUC - | ISS - |

Font

Het gekozen font voor de website www.eur.nl is Museo Sans MS, de huisstijlletter voor print en online materialen. Toeleveranciers van de EUR mogen onder de licentie van de EUR met de Museo sans werken.

Neem daartoe contact op met team Huisstijl en Communicatie, via huisstijl@eur.nl

H1 - Museo Sans 900, 40

H2 - Museo Sans 900, 20

H3 - Museo Sans 700, 20

H4 - Museo Sans 300, 20

H5 - Museo Sans 700, 15

H6 - Museo Sans 300, 15

H7 - Museo Sans 700, 13

H8 - Museo Sans 300, 13

Museo Sans 500, 15. De uitvoering van het Deltaprogramma moet een ondersteunende structuur krijgen waarbij ministeries, waterschappen, provincies en anderen enerzijds nauw samenwerken en anderzijds hun eigen rol slim en effectief kunnen spelen. Er is een goede afstemming nodig tussen ingrepen in waterveiligheid en ruimtelijke ontwikkeling.

Museo Sans 300, 15. Geert Teisman stelt dat de uitvoering nu een programmatische hulpstructuur dient te krijgen, die ministeries, waterschappen, provincies en anderen in staat stelt hun eigen rol slim en effectief te spelen. 'Slim is het dan om met elkaar in gesprek te blijven en agenda's en acties af te stemmen en vooral ook slim te combineren. Zo besteden we belastinggeld daar waar het voor meerdere doelen iets oplevert'.

Museo Sans 300, 13. Geert Teisman stelt dat de uitvoering nu een programmatische hulpstructuur dient te krijgen, die ministeries, waterschappen, provincies en anderen in staat stelt hun eigen rol slim en effectief te spelen. 'Slim is het dan om met elkaar in gesprek te blijven en agenda's en acties af te stemmen en vooral ook slim te combineren.'

Overige functionaliteiten

Also sees

De also sees zijn altijd opgebouwd uit drie onderdelen:

- 1) Titel (dikgedrukt, max 3-5 woorden)
- 2) Subtitel (max 2 regels)
- 3) Call to action-knop

De also sees zijn aanwezig in de corporate / facultaire kleuren en lichtgrijs. Deze zijn toe te voegen aan de rechter zijde bij de homepage template en in het contentvlak (zowel bij homepage template als content template)



Call to action

Een nieuwe functionaliteit zijn de call-to-action also sees. Dit zijn kleine knoppen om de aandacht te trekken van de bezoeker in het content vlak. De breedte is afhankelijk van de hoeveelheid tekst die je gebruikt. Ook deze knoppen zijn verkrijgbaar in de corporate / facultaire kleuren en lichtgrijs. Call-to-action also sees in andere kleuren zijn in principe niet toegestaan.



Tweetalig

Het is mogelijk om de website op te bouwen in twee talen. Het wordt van u verwacht – indien de content voor zowel Engelstaligen als Nederlandstaligen interessant is – de website in twee talen op te bouwen. Dit betekent dat u twee losse pagina's moet maken (met NL en EN content). U dient vervolgens in TYPO3 een koppeling te maken tussen deze 2 pagina's om een taalvlaggetje te tonen op de website. In dat geval kunnen de bezoekers zelf switchen tussen de verschillende versies.

Tabel

Een tabel bestaat uit twee onderdelen:

- 1) Kop (rij 1). De achtergrondkleur is hier de desbetreffende corporate / facultaire kleur.
- 2) De stijl van de overige rijen wordt omgewisseld. Voor de even rijen is de achtergrond wit en voor de oneven rijen is de achtergrond lichtgrijs.

Toegekende penningen in 2012

| Medewerker | Organisatieonderdeel | Ter gelegenheid van |
|--------------------------|------------------------------------------------------|------------------------|
| L. Degener | Faculteit der Wijsbegeerte | 25-jarig dienstverband |
| N. Dobber-Rijswijk | ssc Onderwijs, Onderzoek en Studentenzaken | 25-jarig dienstverband |
| dr. F.M.M. de Goey | Erasmus School of History, Culture and Communication | 25-jarig dienstverband |
| Prof.dr. M.E. Halbertsma | Erasmus School of History, Culture and Communication | 25-jarig dienstverband |

Nieuws

Nieuwsoverzicht

Het nieuwsoverzicht bestaat uit verschillende elementen. Een enkel bericht binnen het nieuwsoverzicht bestaat uit een afbeelding (175px breed), een titel met daaronder (in licht grijs) de datum. Daarna volgt een korte beschrijving en een knop 'lees verder' (rechts uitgelijnd). De opmaak van dit nieuwsoverzicht is niet aan te passen.



Effect werkgeugentraining niet aangetoond

Dinsdag, 10 Februari 2015

Een werkgeugentraining is geen effectieve toevoeging aan de behandeling van middelenverslaving. Dat stelt psychologe Sabine Wanmaker in haar promotieonderzoek naar de effecten van dit soort trainingen op de negatieve gevolgen van een verminderd functionerend werkgeugen. Wanmaker verdedigt haar proefschrift op vrijdag 20 februari 2015 aan de Erasmus Universiteit Rotterdam.

[> Lees verder](#)



Tijd is geld

Dinsdag, 10 Februari 2015

Soms kunnen doelstellingen tegenstrijdig zijn. Zoals duurzaam willen zijn, maar toch met de auto naar

**Titel proefschrift:**

The Efficacy of Working Memory Training on Working Memory Capacity, Psychopathology, and Mental Well-being

Promotoren:

Prof.dr. I.H.A. Franken

Co-promotors:

Dr. E. Geroerts

Datum:

20 februari 2015 13:30

Locatie:

Woudestein, senaatszaal

A-gebouw

Faculteit:

Faculteit der Sociale

Wetenschappen (FSW)

Effect werkgeheugentraining niet aangetoond

Een werkgeheugentraining is geen effectieve toevoeging aan de behandeling van middelenverslaving. Dat stelt psychologe Sabine Wanmaker in haar promotieonderzoek naar de effecten van dit soort trainingen op de negatieve gevolgen van een verminderd functionerend werkgeheugen. Wanmaker verdedigt haar proefschrift op vrijdag 20 februari 2015 aan de Erasmus Universiteit Rotterdam.

Het werkgeheugen is een onderdeel van het geheugen, heeft een gelimiteerde capaciteit en is betrokken bij cognitieve functies als redeneren en leren. Uit onderzoek blijkt dat er een samenhang lijkt te zijn tussen een verminderd functionerend werkgeheugen en symptomen van psychopathologie, zoals depressie, angst en verslaving en moeite met leren en onthouden. Recent onderzoek suggereert dat het mogelijk zou zijn om de werkgeheugencapaciteit (WGC) te verhogen, en dat deze WGC vergroting zou kunnen leiden tot verbeteringen bij mensen die cognitieve problemen hebben, zoals personen met ADHD, schizofrenie en mensen die herstellen van een beroerte.

Verbetering mentaal welzijn

Wanmaker onderzocht of het vergroten van het werkgeheugen kan leiden tot een vermindering van psychopathologie en een verbetering van mentaal welzijn, academische prestatie en gerelateerde factoren. Zij keek onder meer bij depressieve, angstige en versloofde personen of een werkgeheugentraining leidde tot een vergrote WGC en een vermindering van psychopathologie.

Uit haar onderzoeken bleek dat het effect van werkgeheugentraining op de WGC inconsistent is. Daarnaast leidde de training in geen enkele studie tot verminderd(e) depressie klachten of piekeren. Bij versloofde personen resulteerde de training evenmin tot een vermindering van middelengebruik, drang naar middelen, focus op middel gerelateerde stimuli en impulsiviteit.

Gezonde studenten profiteerden ook niet van een werkgeheugentraining op het gebied van studieprestatie, omgaan met negatieve ervaringen, zelf- en aandacht controle, stress, impulsiviteit en negatieve opkomende gedachten.

Ondanks dat werkgeheugentraining tot veelbelovende mogelijkheden zou kunnen leiden, laten de resultaten van dit proefschrift zien dat gebruik van deze nieuwe therapiebenadering kritisch moet worden beschouwd.

Nadere informatie

Team Persvoorlichting, T (010) 408 1216 of E press@eur.nl

[← Terug naar overzicht](#)

Publicatiedatum: 10 Februari 2015

[@erasmusnl volgen](#)

SHARE [f](#) [t](#) [v](#)

Also see in de media

Er is – in het bijzonder voor EUR (en ESE) in de media – een nieuwe also see plugin ontwikkeld. Deze plugin toont een ronde afbeelding met een overlay bij mouseover naar de desbetreffende corporate dan wel facultaire kleuren. Wanneer de afbeelding wordt aangeklikt, verschijnt een pop-up met meer informatie.

EUR in de Media

Februari 2015



03-02-2015
Toekomst pensioenstelsel
Fieke van der Lecq
BNR



02-02-2015
Syrië-strijders
Marion van San
De Standaard (en De Volkskrant)

Social media

Op uw pagina zijn onderstaande social media icoontjes van toepassing. Deze staan automatisch weergegeven op uw pagina. Indien u geen eigen link doorgeeft aan Erasmus Web Service (dit kan per subsite), linken deze social media icoontjes door naar de corporate social media.



Handleidingen

Handleidingen zijn te vinden op de www.eur.nl/ews. U kunt ook altijd terecht bij de wikipedia pagina van Erasmus Web. Hier kunt u komen door op help te klikken in TYPO3. Ook vindt u hier

(http://www.eur.nl/fileadmin/ASSETS/ews/07082014Handleiding_functionaliteiten_nieuwe_huisstijl.pdf) een handleiding naar de nieuwe functionaliteiten.

Beeldbank

U kunt gebruik maken van het beeldmateriaal uit de beeldbank (www.eur.nl/beeldbank). U dient hiervoor in te loggen met uw ERNA-gegevens.

Fotografie

Voor het gebruik van fotografie dient u gebruik te maken van de stijl zoals deze is omschreven door Fabrique. Dit bestaat voornamelijk uit:

- Abstracte beelden (bijvoorbeeld ingezoomd op een bepaald onderdeel);
- Portretten dienen in de camera te kijken. Daarnaast dient het model niet arrogant te kijken, natuurlijk te lachen en in een natuurlijke omgeving gefotografeerd te worden.

Subsites

Het gebruik van subsites zijn mogelijk op aanvraag bij Erasmus Web. Het dient in dat geval een pagina te zijn met een eigen hoofdmenu (met voldoende links om een volledig menu te zijn) en een eigen titel. Doordat de subsite geïmplementeerd dient te worden door ICT, dient u uw verzoek in ieder geval 3 weken van te voren in te dienen.

Mobile & responsive

Op dit moment is een mobile/responsive versie van de website nog niet mogelijk. Dit komt mede doordat de "nieuwe" huisstijl enkel een nieuwe vormgeving betreft en nog geen wijziging in TYPO3 die nodig zijn om deze mobile/responsive versie te creëren. Ook is er op dit moment geen aparte template voor mogelijk.

Wijzigingen huisstijl

Mocht u van mening zijn dat het noodzakelijk is om de huisstijl van uw pagina's aan te passen – en deze hierdoor niet meer in overeenstemming is met voorgaande – dient u een aanvraag in te dienen bij de brand committee. Zij zullen uw aanvraag toetsen aan de kernwaarden van de huisstijl.

Contact

Voor nadere informatie over webhuisstijl kunt u contact opnemen met Erasmus Web Service (webservice@smc.eur.nl).