

Vak: Digitale Marketingcommunicatie

credits: 5

Vakcode	COVB20THY3	Werkvormen	Hoorcollege
Naam	Digitale Marketingcommunicatie		Projectonderwijs
Studiejaar	2022-2023	Toetsen	Digitale Marketingcommunicatie - Overige
ECTS credits	5		toetsing
Taal	Nederlands		
Coördinator	S. Veldstra		

Leeruitkomsten

Competenties

De student toont de leeruitkomsten in complexe contexten als zelfstandig beginnend professional en neemt verantwoordelijkheid voor zijn handelen.

Programma leeruitkomsten

De junior professional...

1. Context & strategie

- Overziet ontwikkelingen in het vakgebied en het (internationale) medialandschap en kan deze inzichten vertalen naar de communicatiestrategie.

1. Doelgroep & gedrag

- Onderzoekt de wensen en behoeften van de doelgroep en begrijpt welke contextuele (culturele) factoren van invloed zijn op het gedrag van de doelgroep.

- Verantwoordt communicatie-interventies op basis van kennis, theorie en inzichten uit onderzoek.

1. Concept & creatie

- Signaleert ontwikkelingen die relevant zijn voor de organisatie, overziet internationale en (interculturele) ontwikkelingen en vertaalt de implicaties hiervan naar het communicatiebeleid.

Overziet recente ontwikkelingen in het (internationale) vakgebied en medialandschap en gebruikt deze inzichten bij het vertalen naar de communicatiestrategie.

- Voert een praktijkonderzoek methodisch uit en hanteert daarbij passende onderzoeksmethoden.

Evalueert de wensen, behoeften en interculturele factoren van **alle relevante** stakeholders en vertaalt deze naar een beroepsproduct.

Beoordeelt inzichten uit kennis en theorie om effectieve communicatie-interventies te onderbouwen.

- Werkt een (creatief) concept uit dat aansluit bij de wensen

Inhoud

In deze cursus ontwikkelen studenten een digitale marketingcommunicatiestrategie voor een organisatie. Deze strategie is onderdeel van de algemene marketingcommunicatiestrategie en is volledig gericht op digitale tools. Voordelen van een digitale marketingcommunicatiestrategie zijn dat een organisatie een specifieke doelgroep kan bereiken en dat de resultaten meetbaar zijn.

Studenten ontwikkelen de strategie op basis van de customer journey, de online marketing funnel and bijbehorende tools. De focus in de strategie ligt op het inzetten van goede content op het juiste moment in de customer journey en online marketing funnel. De studenten moeten aangeven welke meetbare uitkomsten en resultaten de digitale marketingcommunicatiestrategie volgens hen zal behalen. Studenten gaan ook de best mogelijke digitale marketing mix ontwikkelen voor de organisatie.

Analyseert ontwikkelingen die relevant zijn voor de organisatie, overziet internationale en interculturele ontwikkelingen en vertaalt de implicaties hiervan naar het communicatiebeleid van de organisatie.

Digitale Marketing Communicatie Strategie

Voert een onderzoek methodisch uit, hanteert daarbij passende onderzoeksmethoden en **evalueert** het onderzoek.

Digitale Marketing Communicatie Strategie

Digitale Marketing Communicatie Strategie

Ontwikkelt een (creatief) concept uit met behulp van creatieve

NVT

NVT

NVT

	van de (internationale) methoden en technieken, doelgroep en/of de doelstellingen van de organisatie.	en verantwoordt in hoeverre het concept passend is bij de doelgroep en de doelstellingen van de organisatie.	
1. Selecteert geschikte kanalen en (digitale) tools om passende communicatie voor de doelgroep te kiezen	Verantwoordt de toepassing van kanalen en (digitale) tools om effectieve communicatie voor de doelgroep te kiezen.	Digitale Marketing Communicatie Strategie	
1. Creëert relevante content die aansluit bij het concept en bij de doelstellingen van de organisatie.	Creëert relevante content en een (prototype) van een beroepsproduct en onderbouwt hoe deze aansluiten bij de doelstellingen van de organisatie.	NVT	
1. Planning & organisatie	1. Ontwerpt plannen voor de implementatie van beroepsproducten rekening houdend met doelgroepen, doelstellingen en budget en organiseert de uitvoering.	Ontwerpt een communicatieplanning voor de implementatie van een complex beroepsproduct, rekening houdend met doelgroepen, doelstellingen en budget en organiseert de uitvoering.	NVT
1. Overtuiging & draagvlak	1. Adviseert vanuit de organisatie of als externe adviseur (consultant) over de communicatie van de organisatie, rekening houdend met de communicatiestrategie van de organisatie.	Adviseert over de communicatie van de organisatie, rekening houdend met organisatiedoelstellingen en de communicatiestrategie in een complexe context .	NVT
1. Communiqueert zowel mondeling als schriftelijk correct, doelgroepgericht, zakelijk en beknopt en creëert hiermee draagvlak (commitment).	Communiqueert mondeling en schriftelijk correct, doelgroepgericht en zakelijk, communiqueert op overtuigende wijze en kan zijn standpunten zowel intern als extern toelichten.	NVT	
1. Verbinding & begeleiding	1. Organiseert interactie en samenwerking, zorgt voor (netwerk) ontmoetingen, vergroot zijn (internationale) netwerk en spreekt dit netwerk aan bij specifieke kennis- of informatiebehoefte.	Organiseert interactie en samenwerking, zorgt voor (netwerk) ontmoetingen, vergroot zijn (internationale) netwerk en spreekt dit netwerk aan bij specifieke kennis- of informatiebehoefte.	NVT
1. Ziet kansen, ontplooit initiatieven en durft te experimenteren.	Kan buiten de gebaande paden denken (out of the box), experimenteert en (co)creëert nieuwe oplossingen.	NVT	

Opgenomen in opleiding(en)

Communicatie

School(s)

Instituut voor Communicatie, Media & IT

share your talent. move the world.

