

Vak: Domein Marketing 6

credits: 5

Vakcode	CEVB22MCMMKT6
Naam	Domein Marketing 6
Studiejaar	2023-2024
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	C.E. van Selling

Werkvormen	Opdracht Werkcollege
Toetsen	Contentmarketing - Overige toetsing Online marketing theorie - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- **KOERS BEPALEN;** De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.
- **WAARDE CREËREN ;** De CE'er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.
- **BUSINESS DEVELOPMENT;** De CE'er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.
- **REALISEREN;** De CE'er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiële stakeholders. De CE'er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.

21st-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

Online marketing 6 / crm

Na dit studieonderdeel kun je:

- Bepalen wat de mogelijkheden zijn en juiste inzet is van de online marketingmix (DC05)
- Bepalen op welke wijze de communicatie via online marketing kanalen kan worden ingezet (DC08)

Contentmarketing

- De student kan een diepte-interview houden met een opdrachtgever en daarbij relevante informatie verzamelen over de achtergrond, behoeften en wensen ten behoeve van een contentmarketingplan voor een opdrachtgever.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud

Online marketing 6 / crm

De kern van dit studieonderdeel is het meegeven van solide basiskennis in online marketing én een verdieping van de, op dit moment beschikbare, online marketing tooling. Er wordt specifiek ingegaan op de volgende onderwerpen: online marketing strategie, zoekmachineoptimalisatie (SEO), zoekmachinemarketing (SEA), Display Advertising en conversieoptimalisatie (CRO).

Contentmarketing

Communicatiestrategie wordt steeds meer contentmarketing, want het gaat steeds meer om het verdienen van aandacht. Aandacht verdienen je door content die relevant en verleidelijk is voor de doelgroep. 'Contentmarketing' staat voor het inzetten van de juiste content op het juiste kanaal (vaak online), gericht op de juiste doelgroep, op het juiste moment met de juiste boodschap. Een goede contentstrategie kan bijvoorbeeld bijdragen aan beter vindbaar te zijn, een groter bereik te krijgen, leads te genereren of de loyaliteit bij je doelgroep te vergroten. Voor dit onderdeel gaan we in projectgroepen aan de slag met een advies aan bedrijven uit de regio.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: hanze.nl/CE of de blackboard course.

- De student kent de verschillende fasen van het contentplanningsproces en kan deze in samenhang en onderbouwd toepassen bij het maken van een strategisch en tactisch contentmarketingplan voor een opdrachtgever.
- De student kan een contentplanning voor een opdrachtgever maken en de onderdelen hiervan uitwerken in consistente en effectieve creatieve uitingen.
- De student kan doelgroepgericht boodschappen overbrengen in de vorm van documenten, presentaties en besprekingen.
- De student is in staat om te reflecteren op zijn eigen en andermans werk en ontwikkeling.
- De student draagt bij aan een professionele werksfeer, is in staat om effectief samen te werken en stelt zich betrokken en proactief op binnen en buiten de les.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.