Hanze

Vak: Domein Marketing 6 — credits: 5

Vakcode	CEVB23DIMMKT6
Naam	Domein Marketing 6
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	C.E. van Selling
Werkvormen	Opdracht Werkcollege
Toetsen	Toegepast digital 6 / social marketing - Overige toetsing Toegepast digital 6 / zoekmachinemarketing - 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 potentiele 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:

Social marketing

- De student is in staat om op basis van het Social Strategy Model een socialemediastrategie voor een opdrachtgever te formuleren.

Zoekmachinemarketing

De student

- Kent en begrijpt de terminologie op het gebied van zoekmachinemarketing die in de dagelijkse beroepspraktijk van online marketingspecialisten worden gehanteerd

Inhoud

Niveau:
Inleidend

Inhoud

Social marketing

Veel bedrijven beginnen vol goede moed met het inzetten van sociale media, omdat het nu eenmaal ‘moet' en ze het gevoel hebben dat sociale media onmisbaar is voor hun bedrijf. Maar in de praktijk blijkt dat sociale media lastig te implementeren is en dat het resultaat van deze marketinginspanningen vaak tegenvalt. In het college leer je planmatig aan de slag te gaan met social media en werk je een advies uit voor een opdrachtgever.

Zoekmachinemarketing:

Parallel aan het verdiepen in de theorie ga je deze theorie tevens toepassen op een simulatieomgeving. Hierbij onderscheiden we 3 onderdelen:

- **Search Engine Optimalisatie**; naast verdieping in de theorie, bouw je in tweetallen aan een webpagina om deze te onderwerpen aan diverse SEO analyse tools.
- **Search Engine Advertising**; na verdieping in de theorie volgt een zoekwoordenonderzoek en worden zoekwoorden campagnes opgezet. Het schrijven van advertenties maakt hier deel van uit. De campagnes bereid je voor in Google Ads
- **Display Advertising;** Met de beschikbare kennis vanuit SEA is het een kleine stap naar het inrichten van een of meerdere Display campagnes.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet of Brightspace.

- Toont inzicht in trends op het gebied van AI, gerelateerd aan zoekmachinemarketing
- Kan de Google tools Tag Manager, Search Console, Analytics en Ads koppelen aan een website
- Kan op planmatige en analytische wijze een zoekwoordenonderzoek uitvoeren en de bevindingen toepassen op een simulatiewebsite.
- Kan effectieve campagnes, advertentiegroepen en advertenties aanmaken in het Google Ads zoek- en displaynetwerk
- Kan de organische vindbaarheid van de website van een bedrijf beoordelen en verbeteradviezen geven
- Kan kpi's opstellen en budgetten bepalen die op basis van berekeningen passen bij de online marketingdoelstellingen van een bedrijf
- Brengt de onderdelen van de opdracht als een geheel met elkaar in verband in een overtuigende presentatie

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Digital Marketing (DIM)

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.