

Vak: Online Marketing 2

credits: 4

Vakcode CELB19ONL2
Naam Online Marketing 2
Studiejaar 2020-2021
ECTS credits 4
Taal Nederlands
Coördinator J.A. de Vries

Werkvormen Hoorcollege
Probleem gestuurd onderwijs
Toetsen Online Marketing 2 - Schriftelijk, organisatie
tentamenbureau

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..

21st-century skills:

- Commercieel bewustzijn
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

- de externe online omgeving van je eigen bedrijf beschrijven, analyseren en conclusies trekken in de vorm van kansen en bedreigingen;
- de interne online omgeving van je eigen bedrijf beschrijven, analyseren en conclusies trekken in de vorm van sterktes en zwaktes;
- expliciet gebruik maken van verschillende marketingmodellen, concepten en/of (nieuwe) theorieën zoals deze in de online marketingliteratuur worden gebruikt
- Bepalen wat de mogelijkheden zijn en juiste inzet is van de online marketingmix
- Bepalen op welke wijze de communicatie via online marketing kanalen kan worden ingezet
- de externe online omgeving van je eigen bedrijf beschrijven, analyseren en conclusies trekken in de vorm van kansen en bedreigingen;
- de interne online omgeving van je eigen bedrijf beschrijven, analyseren en conclusies trekken in de vorm van sterktes en zwaktes;
- expliciet gebruik maken van verschillende marketingmodellen, concepten en/of (nieuwe) theorieën zoals deze in de online marketingliteratuur worden gebruikt
- Bepalen wat de mogelijkheden zijn en juiste inzet is van de online marketingmix
- Bepalen op welke wijze de communicatie via online marketing kanalen kan worden ingezet

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

De kern van dit studieonderdeel is een verdieping in de online marketing tooling. Denk hierbij aan:

- Google Analytics,
- SEO,
- SEA,
- Contentmarketing,
- Emailmarketing,
- Conversieoptimalisatie,
- Display Advertising.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op de blackboard site van CE-du of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal Bachelor

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management

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.