

Vak: Marketingcommunicatie en Onderzoek

credits: 5

Vakcode	COVP14CIB2	Werkvormen	Hoorcollege
Naam	Marketingcommunicatie en Onderzoek		Werkcollege
Studiejaar	2020-2021	Toetsen	Marketingcommunicatie en Onderzoek -
ECTS credits	5		Computer, organisatie tentamenbureau
Taal	Nederlands		
Coördinator	R. van der Heiden		

Leeruitkomsten

De volgende competenties worden op niveau 1 ontwikkeld:

- Context & strategie**
- Overziet ontwikkelingen in het vakgebied en het (internationale) medialandschap en kan deze inzichten vertalen naar de communicatiestrategie.
- Doelgroep & gedrag**
- Verantwoordt communicatie-interventies op basis van kennis, theorie en inzichten uit onderzoek.

Inhoud

Als marketingcommunicatieprofessional wordt de student uitgedaagd om marketingbeslissingen te vertalen naar een geschikte marketingcommunicatiestrategie in een bepaalde context, denkend vanuit het perspectief van de klant.

Deze module is belangrijk en relevant voor het online content marketingproject, omdat elementen van basis marketingstrategie, onderzoek, online marketingcommunicatie en interculturele communicatietheorie geïntegreerd worden.

De belangrijkste onderwerpen:

- Segmentatie-, targeting-, positioneringstrategieën
- Product, plaats, prijs, promotie
- Branding
- Social media landschap: wat is het en wat kunnen organisaties ermee bereiken? Hoe integreer je social media als bedrijf?
- Contentstrategie: stappen en planning, storytelling en conceptualiseren
- Online doelgroeponderzoek, monitoren en effecten van social media
- Invloed van bedrijfsstructuren en bedrijfscultuur op interculturele bedrijfscommunicatie
- Culturele regels voor het aangaan van relaties, interculturele informatie, beslissingen en oplossingen
- Kwalitatief onderzoek, debriefing, methodes voor dataverzameling

Opgenomen in opleiding(en)

Communicatie

School(s)

Instituut voor Communicatie, Media & IT