

Vak: Digitale Marketingcommunicatie

credits: 5

Vakcode	COVB20THY3
Naam	Digitale Marketingcommunicatie
Studiejaar	2021-2022
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	S. Veldstra

Werkvormen	Gastcollege Hoorcollege Projectonderwijs
Toetsen	Digitale Marketingcommunicatie - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Het doel van deze opdracht is het ontwikkelen van een digitale marketingcommunicatiestrategie voor een klant aan de hand van verschillende opdrachten en op basis van de customer journey, online marketing funnel en bijbehorende tools.

De leeruitkomsten die bij de opdracht horen zijn de volgende:

1. De studenten signaleren relevante trends en ontwikkelingen in de digitale marketing communicatie en vertalen deze naar implicaties voor de digitale marketing strategie van een organisatie.
2. De studenten signaleren en evalueren de wensen en behoeften van de doelgroep en vertalen deze inzichten naar een representatieve persona.
3. De studenten verantwoorden de gemaakte keuzes in content in de verschillende stadia van de customer journey op basis van relevante inzichten uit het doelgroeponderzoek.
4. De studenten ontwikkelen een customer journey waarbij keuzes voor verschillende touchpoints in verschillende fasen aansluiten bij de wensen en behoeften van de doelgroep.
5. De studenten vertalen de inzichten van de customer journey naar een digitale marketingmix voor een bestaand bedrijf waarin deze digitale marketingmix passend is voor zowel de persona als de marketingdoelen van de organisatie.
6. De studenten vertalen de inzichten van de customer journey en organisatiestrategie in verschillende boodschappen voor de verschillende fasen van de digitale marketing funnel voor de organisatie.
7. De studenten verantwoorden de gemaakte keuzes in kanalen, berichten en inhoud en strategie voor de toepassing op een bestaande bedrijfssituatie.
8. De studenten geven een elevator pitch aan de klant, op basis van relevante argumenten uit de ontwikkelde digitale marketingcommunicatiestrategie.

De opdrachten in dit vak zijn gerelateerd aan de werkzaamheden van een digitale marketingcommunicatie professional, die in staat moet zijn om strategieën te ontwikkelen aan de hand van theorieën als de customer journey, online analytics tools en andere beschikbare online marketingcommunicatietools.

Inhoud

Als digitale marketingcommunicatie professional is het belangrijk dat je de overkoepelende marketingcommunicatiestrategie van de organisatie

begrijpt en je op basis van deze strategie een specifieke digitale marketingstrategie kunt opstellen. Om een dergelijke strategie op te kunnen stellen

moet je als digitale marketingprofessional kennis hebben van de trends en ontwikkelingen in de markt, de belangrijkste kenmerken van jouw

doelgroep, de customer journey, de online marketing funnel, de verschillende online tools die je kunt gebruiken in deze strategie en de verschillende

tools om je resultaten mee te analyseren. Je moet een duidelijke kijk hebben op wat je nodig hebt voor deze strategie en wat de doelen van jouw

strategie zijn. In deze opdrachten krijg je een kijkje in het werkveld van een digitale marketingcommunicatie professional die op de hoogte is van de

laatste trends en ontwikkelingen en die in staat is de marketingcommunicatie strategie te vertalen in een digitale strategie.

In het portfolio werk je als groep toe naar het ontwikkelen van deze strategie, doordat je verschillende opdrachten maakt die de basis voor deze

strategie vormen. Je gaat aan de slag met een organisatie analyse, een analyse van de markt, een persona en de customer journey. Al deze input

gebruik je om jouw eigen digitale marketing strategie op te stellen. De belangrijkste focus van de eindopdracht is op het overbrengen van de juiste

boodschap, op het juiste moment in de customer journey en online marketing funnel, met behulp van de juiste tools. Deze strategie ontwikkel je aan

de hand van de doelen van de organisatie. Uiteindelijk lever je dus een compleet portfolio op, waarin alle opdrachten zijn opgenomen die hebben

geleid tot de daadwerkelijke strategie.

De uitkomsten van jullie werkzaamheden, met als belangrijkste onderdeel de digitale marketingcommunicatie strategie, pitch je (als groep) aan de

klant door middel van een elevator pitch. Het doel is om de klant te overtuigen met relevante argumenten uit de uitgevoerde analyses om de door

jouw groep opgestelde strategie te gaan gebruiken.

Opgenomen in opleiding(en)

Communicatie

School(s)

Instituut voor Communicatie, Media & IT

