

Vakcode	CELB26OGM	Werkvormen	Individueel
Naam	Individuele opdracht Geïntegreerde Marketingcommunicatie	Toetsen	Individuele opdracht Geïntegreerde Marketingcommunicatie - Overige toetsing
Studiejaar	2026-2027		
ECTS credits	10		
Taal	Nederlands		
Coördinator	S.M. Feenstra		

Leeruitkomsten**Opleidingscompetenties:**

- **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:

- Creativiteit
- Initiatief
- Communicatief
- Commercieel bewustzijn
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:**1. Analyse marketingcommunicatie**

De student analyseert de huidige marketingcommunicatie van een organisatie (online en offline) en brengt de samenhang tussen doelstellingen, doelgroep, positionering, boodschap, kanalen en middelen inzichtelijk.

2. Doelgroep en communicatie

De student beschrijft relevante segmenten, doelgroepen en hun communicatiegedrag en vertaalt deze inzichten naar concrete aandachtspunten voor marketingcommunicatie.

3. Communicatie advies formuleren

De student formuleert op basis van de analyse een onderbouwd marketingcommunicatie advies die richting geeft voor strategische keuzes.

Leerdoelen Marketing Communicatie plan en campagne blok 2**4. Marketingcommunicatiestrategie ontwikkelen**

De student ontwikkelt een onderbouwde marketingcommunicatiestrategie met heldere doelstellingen, doelgroep, een passende propositie en juiste tone of voice.

5. Geïntegreerde kanaal- en middelenkeuzes maken

De student ontwerpt een samenhangende inzet van online en offline kanalen en communicatiemiddelen die aansluiten bij de doelgroep, doelstellingen en customer journey.

6. Campagne en content uitwerken

De student werkt de marketingcommunicatiestrategie uit in een herkenbaar campagneconcept met bijbehorende content en middelen.

7. Uitvoering en evaluatie onderbouwen

De student onderbouwt de uitvoerbaarheid van het plan door middel van een globale planning, evaluatiecriteria en meetpunten voor effectiviteit.

8. Internationale campagne ontwikkelen en presenteren

De student kan een internationale marketingcampagne en uitingen in professioneel Engels ontwikkelen en presenteren, waarbij de boodschap en tone of voice zijn afgestemd op een internationale doelgroep.

Inhoud**Inhoud:**

De student maakt een analyse van de huidige marketingcommunicatie van het bedrijf: De student onderzoekt en analyseert de huidige marketingcommunicatie: strategie, doelstellingen, doelgroep, boodschap, kanalen, middelen en tone of voice. Hieruit komen verbeterpunten die meegenomen worden in het maken van een verbeterd marketingcommunicatieplan voor het bedrijf. In het plan komt tevens een campagneplan waarin middelen visueel worden uitgewerkt. De student ontwikkelt ook een internationale campagne met uitingen die de student in het Engels moet pitchen aan het management.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

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.