Vak: Social en Online Marketing — credits: 5

Vakcode	SKVH22SOM
Naam	Social en Online Marketing
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	F.J. Medema
Werkvormen	Opdracht Werkcollege
Toetsen	Social en Online Marketing - Professioneel product

Leeruitkomsten

De kennis die wordt aangeboden in deze module heeft een relatie met het volgende kennisthema:

- Toekomstbestendige organisatie van sport en bewegen.

De module Sociale- en online marketing heeft als doel om het gedrag van een individu, een groep en maatschappij als geheel op een positieve manier te beïnvloeden middels een (online) sociale marketingcampagne.

Sportkunde Body of Knowledge

- Bouwsteen: Sport en Maatschappij
  - Thema 5: Maatschappelijke en ethische vraagstukken
- Bouwsteen: Sport en Gezondheid
  - Thema 7: Doelgroep analyse
  - Thema 9: Gedragsverandering
- Bouwsteen: Sport en Beweegmanagement

Thema 12: Marketing

Inhoud

Inhoud van het studieonderdeel: In de keuzemodule Sociale en Online Marketing staan we uitvoerig stil bij een mix van sociale en online marketingconcepten. Deze concepten worden ingezet om een maatschappelijke uitdaging in het domein van sport, bewegen en leefstijl te ontleden, het gedrag van een specifieke doelgroep te begrijpen, om vervolgens met **een effectieve, samenhangende communicatieboodschap** een eerste stap te maken richting het positief beïnvloeden van het gewenste gedrag bij deze doelgroep. Denk aan maatschappelijke uitdagingen als inclusiviteit en diversiteit in de sport, bewegingsarmoede, gelijke kansen, grensoverschrijdend gedrag of respect voor de medemens. **Sociale marketing heeft als doel het creëren van sociale waarde voor individu als maatschappij in geheel**. Sociale marketing probeert marketingconcepten te ontwikkelen en te integreren met andere benaderingen om gedrag te beïnvloeden dat individuen en gemeenschappen ten goede komt voor het grotere sociale goed (iSMA, 2023). Sociale marketing moet niet verward worden met de inzet van sociale media marketing. Dit zijn twee verschillende marketingconcepten.

De onderdelen in deze keuzemodule:

In de keuzemodule Sociale marketing en Online marketing staan we stil bij beide marketingconcepten die samen moeten resulteren in een sociale marketingcampagne. De principes van sociale marketing zijn leidend bij het ontwerpen van een passende campagne voor de aan te pakken maatschappelijke uitdaging. Online marketing is ondersteunend bij het inrichten van een succesvolle campagne.

De volgende kennis en vaardigheden zullen aanbod komen in de module:

- Het sociale marketingconcept en haar werkzame principes.
- De acht benchmarkcriteria van sociale marketing om grip te krijgen op het beïnvloeden van gedrag (doelgroep analyse, werking van het brein, verleidingsprincipes).
- De basis van online marketing (marketingfunnel, customer journey, strategie, instrumenten, contentplanning, contentcreatie, monitoren en evalueren van een campagne)

Opzet van de colleges: De lessen bestaan uit 7 weken met fysieke en (online) consult lessen. De fysieke lessen staan in het teken van het delen van de belangrijkste kennis van de keuzemodule. Het begrijpen en duiden staat hier centraal. De (online) consult lessen zijn een verlengstuk op de fysieke lessen en zoomen met name in op het toepassen van de kennis op een praktijkcasus.

Opzet van de toetsing: De keuzemodule wordt getoetst aan de hand van een professioneel product. Jullie kiezen (naar eigen keuze) een maatschappelijke uitdaging in het domein van sport, bewegen en leefstijl waarop een sociale marketingcampagne wordt uitgewerkt. Het sociale marketingplan geeft een duidelijke en samenhangende onderbouwing van de gemaakte keuzes op basis van diverse (wetenschappelijke) bronnen. Tot slot lever je individueel een reflectie aan waarop je terugblikt op de geleerde lessen uit deze

module. Alle onderdelen bepalen het individuele eindcijfer voor deze module.

Literatuur en eventuele kosten: Voor deze module dien je het boek Online Marketing: de essentie (EAN 9789043039338) aan te schaffen. Daarnaast werken wij zoveel mogelijk met actuele (wetenschappelijke) marketingartikelen en marketingblogs.

Opgenomen in opleiding(en)

Sportkunde

School(s)

Welzijn, Educatie & Sport

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.