

Minormodule Digital Marketing 2018-2019

Waarom dit semester?

“Het speelveld van marketing is in de afgelopen decennia ingrijpend veranderd. Kennis van online consumentengedrag en online marketing is van vitaal belang voor marketeers. De moderne marketeer moet niet alleen weten hoe online marketingcommunicatie werkt. Maar ook hoe hij internet kan inzetten voor bijvoorbeeld productrealisatie, marktonderzoek of distributie.” (M. Visser, B. Sikkenga)

De minor Digital Marketing is een verdiepende minor waarbij nadruk wordt gelegd op het toepassen van digitale en online marketingmogelijkheden ten behoeve van planning en organisatie van het digitaal en online marketingproces. Hierbij worden de volgende onderwerpen behandeld: **Digital Marketing Strategy, Analytics, SEO, SEA, Social Media Marketing, Content Marketing, Mobile Marketing**, en nog een aantal andere actuele ontwikkelingen zoals Online PR. De gebruiker staat bij deze minor centraal.

Opbouw minor

De Minor beslaat een (halve)semester en is opgezet in een blok van 10 weken. Daarin worden de basiselementen van Digitale marketing behandeld. De studenten zullen elke week de opgedane theoretische en praktische kennis toepassen op tactisch en operationeel niveau. Denk hierbij aan het toepassen van de kennis over de hierboven genoemde thema's en onderwerpen in een real life case voor een echt (zelf gevonden) bedrijf.

Programma

1 Werkcoll. / instructiecollege MC1 Communicatieplan Werkcollege -

Toelichting werkvormen

Vanaf week 1 vinden wekelijks de volgende lesvormen plaats:

- Een keer per week een college van 6 uur en 40 minuten waarin theorie per thema uit de digitale marketing wordt besproken. Daarna zullen de studenten direct, onder begeleiding van de docent, aan de slag gaan met het toepassen van opgedane kennis ten behoeve van een adviesrapport en een presentatie (Pitch).
- Ook zullen de studenten individueel een verdiepingspresentatie voorbereiden en een hoofdstuk (blog) schrijven over een zelfgekozen thema m.b.t. digitale marketing. Bij deze (werk)colleges wordt een vereiste aanwezigheid van 70% verwacht. Dit wordt bijgehouden door vooraf aan het college de aanwezigheid te checken en af te vinken.
- Op afspraak kunnen studenten gebruik maken van de mogelijkheid tot team en individueel consult van 20 minuten met betrekking tot hun opdracht (facultatief).

De module bestaat uit verschillende activiteitsvormen:

- (Werk)colleges
- Consults
- Nabespreking van de opdrachten (individueel en in teamverband)

Naast een actieve deelname aan de colleges gaan de studenten in door de docent samengestelde groepen aan het werk met opdrachten aan de hand van de hoorcolleges en eventuele gastcolleges. De studenten krijgen de mogelijkheid om o.a. tijdens consultancy momenten vragen te stellen.

Leerdoelen

- DC8-3: Vorm geven en aangaan van de dialoog met stakeholders.
- Beheersen van het communicatieproces in termen van strategie, doelgroep, positionering, briefing, concept, productie, traffic en media
- Rapporteren en verantwoorden van de resultaten (o.a. accountability) van de analyse, inclusief verantwoorden van de aanpak en geven van een advies over het vervolgtraject.
- C11-3: Sturen en reguleren van de eigen ontwikkeling ten aanzien van leren, resultaatgericht werken, initiatief nemen en zelfstandig optreden, flexibiliteit;
- Nadenken en reflecteren over en verantwoording nemen voor eigen handelen wat wijst op betrokkenheid en kritische zelfbeoordeling;
- Ontwikkelen van een beroepshouding met ruimte voor normatief-culturele aspecten, respect voor anderen, een beroepscode en ethische principes voor het professioneel handelen;

Te ontwikkelen competenties

- DC 8, Niveau 3: Marketing Communicatie
 - Het on- en offline communiceren met marketingdoelgroepen
- DC 11, Niveau 3: Zelfsturende competentie (intrapersoonlijk).
 - De communicatie die een persoon voert als professional in het commerciële werkveld.

Toetsen en toetsdata

- DM1 Digital marketing campaign - 9 EC
- DM2 Social media assignment - 6 EC

Welke werkvormen zijn er en wat wordt er van je verwacht?

Er worden groepsopdrachten uitgewerkt, individuele verslagen gemaakt en presentaties gehouden. Van jou wordt een actieve bijdrage verwacht: inbreng vanuit je eigen werkomgeving en vanuit de bestudering van het gekozen bedrijf en thema.

Plek in het curriculum

De minor wordt in tweede semester aangeboden. In combi met neuromarketing. Tijdens semester 6

	Semesters	PP3.0
Jaar 1	1. Marketing Basics & Sust.	
	2. Marktonderzoek	
Jaar 2	3. Sales, Inkoop & Finance	Startgesprek
	4. Strat. Markt. en Management	
Jaar 3	5. Marketingcommunicatie	Niveau 2 assessment
	6. Minor	
Jaar 4	7. Afstudeeropdracht	Niveau 3 assessment

Studiepunten:

15 EC

Verplichte literatuur

Per thema en onderwerp zullen de studenten een link of een document uitgereikt krijgen van de docenten. Denk hierbij aan de websites zoals frankwatching.nl, marketingfacts.nl, ted.com etcetera.

Docenten

Nerko Hadziarapovic: n.hadiarapovic@hva.nl (semesterverantwoordelijke)

Maatwerk

Mogelijk na overleg

Locatie, dagdelen

De bijeenkomsten zijn de dinsdag- en donderdagavond en twee keer op woensdag 's avonds en vinden plaats op het Wibauthuis, Wibautstraat 3b, 1091 GH Amsterdam..