

Keuzedeel mbo

# Online marketing (verdieping)

gekoppeld aan één of  
meerdere kwalificaties mbo

Code

**K1104**

Penvoerder: Sectorkamer zakelijke dienstverlening en veiligheid  
Gevalideerd door: Sectorkamer Zakelijke dienstverlening en veiligheid  
Op: 01-07-2019

# 1. Algemene informatie

## D1: Online marketing (verdieping)

### Studielast

480

### Beroepsvereisten

Nee

### Certificaten

Nee

### Gekoppeld aan kwalificatie(s)

Zie bijlage op [www.s-bb.nl/kwalificatiedossiers](http://www.s-bb.nl/kwalificatiedossiers)

### Toelichting

Een Online Marketeer is betrokken bij de (online) marketingplanning van online marketingactiviteiten en –beleid, voert commerciële activiteiten uit, beheert informatie en data, onderhoudt contacten en relaties, voert marktonderzoek uit en organiseert evenementen. Hierbij staat het toepassen van specialistische kennis van online marketing centraal. De online marketeer is in staat een verslag te schrijven en advies uit te brengen over hoe de online marketing van een organisatie kan worden verbeterd en hoe daarmee de marketingdoelstellingen (beter) kunnen worden behaald.

#### Relevantie van het keuzedeel

Regionale ontwikkelingen:

De digitalisering, waaronder ook Online Marketing valt, is regionaal én landelijk gezien een belangrijk thema.

Kansen op de arbeidsmarkt:

Er is binnen het bedrijfsleven veel vraag naar goed opgeleide marketeers. Dit is ook te zien aan het aantal vacatures. De vraag naar geschoold personeel in digitale kennis en vaardigheden neemt sterk toe. Binnen het commerciële domein is de functie van online marketer de meest geplaatste vacature. Een dubbelcertificering wordt door het bedrijfsleven zeer gewaardeerd (deze beginnende beroepsbeoefenaren hebben een streepje voor).

Betere doorstroommogelijkheden:

Met dit keuzedeel is een beginnend beroepsbeoefenaar voorbereid op het deelnemen aan het examen NIMA A Online Marketing. Dit examen staat wat niveau betreft gelijk aan een propedeuse HBO. Dat betekent dat het keuzedeel een verdieping van het kwalificatiedossier biedt.

#### Beschrijving van het keuzedeel

Het keuzedeel Online marketing (verdieping) beschrijft specialistische kennis op het gebied van begrippen van off- en online marketing en -communicatie, online advertising, social media, zoekmachinemarketing, E-mailmarketing, websites, contentmarketing, analytics en data. De vaardigheden zijn gericht op het toepassen van online marketing begrippen en theorieën binnen een organisatie.

#### Branchevereisten

Nee

#### Aard van keuzedeel

Verdiepend

Doorstroom

## 2. Uitwerking

### D1-K1: Voert complexe online marketing activiteiten uit

#### Complexiteit

De beginnend beroepsbeoefenaar voert diverse complexe (deel)taken op het terrein van online marketing uit. Hierbij staat het toepassen van specialistische kennis van online marketing centraal. De werkzaamheden zijn wisselend van aard. Het niet juist of onzorgvuldig uitoefenen van deze taken leidt tot onjuiste adviezen ten aanzien van het behalen van de marketingdoelstellingen van de organisatie. Voor het goed kunnen uitoefenen van de werkzaamheden beschikt de online marketing medewerker over specialistische kennis en cognitieve, adviserende en probleemoplossende vaardigheden.

#### Verantwoordelijkheid en zelfstandigheid

De beginnend beroepsbeoefenaar opereert op uitvoerend niveau binnen het domein van de online marketing en is in staat om op basis van zijn bevindingen adviezen over verbetering van online marketing van de organisatie te geven. Hij voert zijn werkzaamheden zelfstandig uit, maar werkt in voorkomende gevallen samen met collega's en leidinggevenden. Hij is verantwoordelijk voor de kwaliteit van zijn eigen werkzaamheden en legt verantwoording daarover af aan zijn leidinggevende.

#### Vakkennis en vaardigheden

De beginnend beroepsbeoefenaar:

- heeft specialistische kennis van adverteren per social media voor specifieke doelgroepen
  - heeft specialistische kennis van begrippen opt-in, opt-out, bouncerate, deliverability, opzetten email-marketingcampagnes, pen ratio, doorclickratio, landingspagina, conversies, impact devices op e-mailmarketing
  - heeft specialistische kennis van begrippen van analytics (unieke bezoeker, referral, uitstappercentage, annotatie, pageviews, klikpaden, sessies, events, bestemmingspagina's, tag management, Universal Analytics)
  - heeft specialistische kennis van begrippen van off- en online marketing en -communicatie, zoals online marketing, customer journey, marketingfunnel, crowdsourcing en -funding, internet of things, virtual, augmented en mixed reality, CPM, CPL, CPS, CPC, CPD
  - heeft specialistische kennis van contentmarketing (advertorial sponsored, branded onderscheiden, vindbaarheid en meetbaarheid van content)
  - heeft specialistische kennis van data, zoals big data, cookiewall, DMP, persona, first-party cookies, third-party cookies, personalisatie en customization, privacy regelgeving
  - heeft specialistische kennis van de randvoorwaarden die nodig zijn om effectieve campagnes op te zetten voor diverse devices
  - heeft specialistische kennis van e-mailmarketing, (nieuwsbrieven, campagne emails, event-driven emails, service emails)
  - heeft specialistische kennis van online advertising, zoals verschillende soorten advertising (display, rich-media, video, native, programmatic), affiliate marketing
  - heeft specialistische kennis van websites, zoals contentstijlen, website-usability, designs voor websites, user experience websites
  - heeft specialistische kennis van zoekmachinemarketing, waaronder gerelateerde begrippen als SEO, SEA, het veilingssysteem, biedprijs, afrekenmodellen, Google Adwords campagne, websites-analyse en organische zoekresultaten
- 
- kan (mondeling) communiceren met de interne en externe klant
  - kan aangeven welke data nog niet gemeten worden
  - kan anticiperen op alle vragen en behoeften van de klant
  - kan de boodschap duidelijk (ook qua visuele structuur) opstellen
  - kan de populariteit van de website verhogen door linkbuilding
  - kan de webstatistieken interpreteren en zoekt systematisch naar verbanden tussen verschillende soorten informatie
  - kan doelen in termen van meetbare resultaten SMART opstellen
  - kan door middel van het gebruik van organische zoekmachinemarketing de ranking van de website in de zoekmachine verhogen
  - kan effectieve verbeteracties formuleren voor de website
  - kan formuleren hoe traffic naar de website wordt gegenereerd, welke herkomstbronnen daarbij van belang zijn en wat de beste conversie oplevert
  - kan het aantal relevante bezoekers van een website verhogen door doelgericht te adverteren in een zoekmachine of affiliate marketing
  - kan statistieken van (mobiele) websites interpreteren
  - kan vaktermen op het gebied van online marketing op de juiste manier toepassen
  - kan verbeteracties formuleren voor doelgroepen, conversie en gedrag op de website