

Inhoudsopgave

BLZ

Deel A Theorie en verwerking

Hoofdstuk 1 Inleiding marketing en promotie	13
1.1 Inleiding	13
1.2 Doelstellingen	13
1.3 Werkzaamheden	14
1.4 Functievereisten	15
1.5 Beroepshouding	17
1.6 Begrippen	19
1.7 Eindopdrachten	20
 Hoofdstuk 2 Marketingcommunicatie	 21
2.1 Inleiding	21
2.2 Doelstellingen	21
2.3 Marketingcommunicatiebeleid	22
2.4 Promotiemix	25
2.5 Reclame	27
2.6 Public relations	32
2.7 Sales promotions	39
2.8 Persoonlijke verkoop	40
2.9 Offline promotiemediën en -middelen	42
2.10 Online communicatie-instrumenten	48
2.11 Bereik en dekking	60
2.12 Begrippen	69
2.13 Eindopdrachten	70
 Hoofdstuk 3 E-commerce en webcare	 73
3.1 Inleiding	73
3.2 Doelstellingen	73
3.3 Marketing en e-commerce	73
3.4 Website	83
3.5 Webshop	88
3.6 Communiceren via social media	101
3.7 E-commerce: datamining en marketing	109
3.8 Begrippen	110
3.9 Eindopdrachten	111
 Hoofdstuk 4 Interne schriftelijke communicatie	 113
4.1 Inleiding	113
4.2 Doelstellingen	113
4.3 Schriftelijke communicatie	113
4.4 Communicatielijnen	115
4.5 Het schrijven van een e-mail	118
4.6 Het schrijven van notulen	121
4.7 Het schrijven van verslagen	125
4.8 Teksten redigeren	129
4.9 Begrippen	132
4.10 Eindopdracht	132

Hoofdstuk 5 Externe schriftelijke communicatie	133
5.1 Inleiding	133
5.2 Doelstellingen	133
5.3 Het schrijven van een brief	134
5.4 Het schrijven van een e-mail	144
5.5 Het schrijven van een tekst voor de website	147
5.6 Het schrijven van een tekst voor social media	151
5.7 Het schrijven van een digitale nieuwsbrief	156
5.8 Het schrijven van een papieren nieuwsbrief	159
5.9 Het schrijven van een folder	164
5.10 Het schrijven van een offerte en een factuur	166
5.11 Begrippen	176
5.12 Eindopdracht	177

Deel B Praktijkopdrachten

Praktijkopdracht 1 Marketing en promotie 1	181
Praktijkopdracht 2 Marketing en promotie 2	189
Praktijkopdracht 3 Marketing en promotie 3	195
Praktijkopdracht 4 Marketing en promotie 4	201
Praktijkopdracht 5 Marketing en promotie 5	211
Praktijkopdracht 6 Marketing en promotie 6	221