

Format samenvatting aanvraag**Opmerking vooraf**

Mocht u de voorkeur geven aan openbaarmaking van de gehele aanvraag in plaats van uitsluitend onderstaande samenvatting dan kunt u dat kenbaar maken bij het bureau van de CDHO. Het bureau zal dan na ontvangst van uw expliciete schriftelijke toestemming de gehele aanvraag op de website (www.cdho.nl) publiceren.

Algemeen

| | |
|---|---|
| Soort aanvraag (kruis aan wat van toepassing is): | <input checked="" type="checkbox"/> Nieuwe opleiding <input type="checkbox"/> Verplaatsing bestaande opleiding <input type="checkbox"/> Nevenvestiging bestaande opleiding <input type="checkbox"/> |
| Naam instelling | Hogeschool Utrecht |
| Contactgegevens | Daltonlaan 500 3584 CH Utrecht Postbus 340 3513 EX Utrecht |

Opleiding

| | |
|---|--|
| Naam (Nederlands en evt. Engels) | Marketing, Technology & Customer Experience |
| In geval van een Ad, indien van toepassing: welke bve-instelling verzorgt mede de opleiding | Niet van toepassing |
| Graad | Master of Science |
| Inhoud (korte beschrijving opleiding) | De master Marketing, Technology & Customer Experience leidt professionals op met diepgaande kennis over merken en klantgedrag, om vanuit een data-gedreven benadering elke klantervaring zo waardevol en relevant mogelijk te maken. Er zijn twee inhoudelijke leerlijnen: Brand Management en Customer Experience. Brand management (merkenbeleid) is een strategie waarbij een organisatie haar producten, diensten of het bedrijf zelf, onder een merknaam in de markt profileert. Customer Experience Management (CEM) is het vakgebied dat klantinteractie ontwerpt en erop reageert door middel van procesoptimalisatie en technologie om de klantbeleving te optimaliseren. Het doel is |

| | |
|--|--|
| | <p>een verhoging in klanttevredenheid, loyaliteit en ambassadeurschap . Om merken te versterken, klantgedrag te beïnvloeden en klantervaringen te optimaliseren is kennis noodzakelijk op het gebied van Data Analytics (het analyseren van grote hoeveelheden data om nieuwe inzichten op te doen waarmee toekomstige prestaties verbeterd kunnen worden), Marketing Technology (het ontwikkelen en toepassen van digitale middelen om marketing campagnes en ervaringen van consumenten te personaliseren) en Persuasive Communication (het beïnvloeden van attitude, houding en gedrag van consumenten. Studenten kunnen kiezen voor een verdieping binnen deze kennisgebieden. Centraal in alle modules staat het acteren op basis van behavioural insights.</p> |
| Studielast | 60 ec |
| Vorm van de opleiding (voltijd, deeltijd, duaal) | Voltijd |
| Gemeente of gemeenten waar de opleiding wordt gevestigd | Utrecht |
| Doelgroep van de opleiding | Afgestudeerden HBO en WO bachelor |
| Croho (sub)onderdeel en motivering | |
| Geplande startdatum opleiding | 1 september 2019 |
| Indien nadere vooropleidingseisen worden gesteld: voorstel daartoe. | HBO bachelor |
| Indien een capaciteitsbeperking wordt ingesteld: hoogte en motivering. | Niet van toepassing |
| Korte beschrijving arbeidsmarktmogelijkheden (beroepen en branches) | De afgestudeerde student werkt straks op het snijvlak van data, marketing en organisatiemanagement binnen het economisch proces. Studenten zullen vaak binnen een marketing of customer experience afdeling terecht komen. Specifieke functies zijn bijvoorbeeld: Chief Customer Officer, Online Marketing Consultant, Brand Manager of Campaign Optimizer. |
| Overige informatie (indien gewenst) | |