

Exameneisen

MOA / Beekestijn Business School Expert Opleiding Digital & Web Analyst

Van toepassing op de examens vanaf september 2018



EXPERTISE CENTER VOOR MARKETING-INSIGHTS, ONDERZOEK & ANALYTICS



Inhoudsopgave

1. Exameneisen	3
1.1 Eisen individuele opdracht	3
1.2 Eisen examen MOA Expert Digital & Web Analist	3
2. Examenmethodiek	4
3. Verplichte literatuur	4
Bijlage 1 – Verplichte literatuur voor het examen MOA/Beeckestijn Expert Digital & Web Analist	5

1. Exameneisen

De toelating voor de examens is open voor iedereen die zich door opleiding (relevant voor het werkveld en overeenkomend met genoemd niveau) in staat acht aan het gestelde niveau te kunnen voldoen. Praktijkervaring en een opleiding op HBO-niveau wordt aanbevolen.

Voor het examen MOA/Beeckestijn Expert Digital & Web Analist dient de verplichte literatuur als uitgangspunt.

1.1 Eisen individuele opdracht

Belangrijk onderdeel van de opleiding is de individuele opdracht. Tijdens de individuele opdracht schrijf je een theoretisch onderbouwd digital analytics plan voor je eigen organisatie of opdrachtgever. Je verlaat de opleiding dus met een goed onderbouwde strategie. De opdracht wordt uitgelegd tijdens het eerste college.

Met de individuele opdracht pas je het geleerde direct toe in de praktijk. Je doet ervaring op met het ontwikkelen van een adviesrapport. Je krijgt hierin begeleiding en coaching van docenten. Je sluit de opleiding af met een eindgesprek waarin jij jouw eigen plan toelicht. In het individuele eindgesprek wordt het plan besproken en getoetst.

Je dient een adviesrapport te maken bij voorkeur in Powerpoint met max. 20 slides en eventuele bijlagen.

Je dient het plan uiterlijk 3 werkdagen voor je eindgesprek in te leveren. Het adviesrapport en presentatie wordt beoordeeld op:

- Volledigheid: de mate waarin alle aspecten zijn meegenomen.
- Relevantie: sluit het advies goed aan bij de analyse. Is het plan implementeerbaar en is de planning haalbaar? Klopt de business case?
- Originaliteit: is het rapport een invuloefening of is er gezocht naar een creatieve oplossing. Heeft de student eigen inzichten in het plan verwerkt?

1.2 Eisen examen MOA Expert Digital & Web Analist

Het MOA Expert Digital & Web Analist examen is een digitaal examen en duurt 90 minuten. Het examen bestaat uit 60 meerkeuzevragen.

Je dient kennis te hebben van de hoofdstukken uit de boeken, zoals vermeld in bijlage 1. Deze hoofdstukken houden verband met de aangeboden colleges. Het gaat om de volgende boeken:

- Google Analytics Demystified 4th edition - Joel Davis
- Kill Your Conversion Killers - Joris Bryon
- Basisboek Digital Analytics - Danny Oosterveer

2. Examenmethodiek

De verplichte literatuur van de opleiding wordt getoetst aan de hand van 60 multiple choice vragen waarin kennis, inzicht en begrip van vaardigheden aan de orde zullen komen. De toetstijd bedraagt 90 minuten.

3. Verplichte literatuur

De verplichte literatuur is de literatuur zoals vermeld in bijlage 1.

Bijlage 1 – Verplichte literatuur voor het examen MOA/Beeckestijn Expert Digital & Web Analist

Aan de start van de opleiding krijgen de kandidaten de verplichte literatuur uitgereikt. Voor het opleidingsjaar 2018/2019 geldt de volgende literatuur als verplicht.

Titel boek	Auteur	Jaartal	ISBN
Basisboek digital analytics	Danny Oosterveer	2017	9789001878191
Kill your Conversion killers	Joris Bryon	2018	9789995712495
Google Analytics Demystified 4th edition	Joel J. Davis	2018	9781545486917

Colleges	Basisboek digital analytics	Kill your Conversion killers	GA Demystified
	Hoofdstukken	Hoofdstukken	Hoofdstukken
Introductie en meetplan Digital & Webanalytics	H3, H4, H6.1, 6.2 en 6.4		
Online marketinginstrumenten			
Search engine advertising (Google Adwords)			
Google Analytics inrichten			Section I en II
Google Analytics rapportages en analyses			Section III t/m VI
Google Analytics advanced data verzameling		H3 tot 'Why does it happen'	Section VII, VIII en X
Google Analytics advanced analyses	H6.3		XII en XIII
GA examentraining en examen			
Tagmanagement oplossingen			
Tagmanagement toepassing			
Introductie Adobe Analytics			
Actief aan de slag met Adobe Analytics			
Meten van social media			
Actief aan de slag met social media analytics			
Conversie optimalisatie	H5	H1, H2, H3 vanaf 'Why does it happen' (pg 96) en H4	Section XV
A/B en multivariate testen	H6.3 en H9	H5 t/m H8	Section XIV
Datavisualisatie	H8		
Dashboarding	H8.4.4		Section XVI
De rol van de digital analist in de organisatie			
Actief aan de slag met je digital analytics plan	H7		