

Donderdag 14 november 2024

Inspiratiesessie 'online consumentengedrag'

Leer over online consumentengedrag met betrekking tot media. Aan bod komen thema's als:

- het gebruik van en de effecten van gepersonaliseerde media;
- de effectiviteit en invloed van (nieuws via) sociale media op volwassenen/jongeren in vergelijking met de klassieke media;
- politieke beïnvloeding door social media en de invloed van sociale media op maatschappij en mentale gezondheid;
- de 'versnacking van content': gevoelens, behoeftes en het gedrag ten aanzien van het (online) gebruik van steeds korter durende content;
- verschillen tussen generaties (denk aan leeftijdsgroepen 16-24 jaar, 25-34 jaar, 35-49 jaar en 50-65 jaar);
- mediavoorkeuren en de plaats van papier/folio.

Uiteraard gaan we graag in gesprek hoe je als uitgeef- en mediaprofessional om kunt gaan met deze ontwikkelingen.

[Meld je direct aan](#)

Sprekers

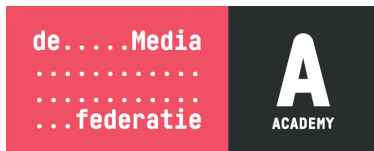


Judith Möller



Michiel Rotteveel

[Prof. Dr. Judith Möller](#) is hoogleraar "Empirisch communicatieonderzoek, in het bijzonder mediagebruik en sociale media-effecten" aan de Universiteit van Hamburg in samenwerking met



het Leibniz Instituut voor Mediaonderzoek Hans Bredow Instituut (HBI). Haar onderzoek richt zich op de effecten van politieke communicatie, met name op sociale media. Möller was eerder universitair hoofddocent Politieke Communicatie bij de afdeling Communicatiewetenschappen van de Universiteit van Amsterdam (UvA) en universitair hoofddocent bij de afdeling Sociologie en Politieke Wetenschappen van de Universiteit van Trondheim. In 2019 ontving ze een VENI Talentbeurs van de NWO (Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek) voor onderzoek naar de effecten van algoritmische filtersystemen en kunstmatige intelligentie op specifieke (niche)doelgroepen. Haar werk is gepubliceerd in tal van internationale tijdschriften en ze is onder meer lid van de redactieraad van het Journal of Communication and Political Communication.

[Michiel Rotteveel](#) is directeur onderzoek bij en mede-eigenaar van marktonderzoeksbureau MediaTest. Met ruim 25 jaar ervaring als onderzoeker op het gebied van media en communicatie, helpt hij organisaties met het verkrijgen van inzichten over hun doelgroepen en het effectiever maken van communicatie. Denk hierbij aan concept testing, segmentatie-onderzoeken, pre- en posttests, UX en campagne-effect.

Programma

09:00 - 09:15 Inloop en registratie

9.15 - 10.30 Prof. dr. Judith Möller deelt haar kennis en wetenschappelijke inzichten over o.a. sociale media-effecten, AI, vertrouwen en gedrag van consument.

10.30 - 10.45 Pauze

10:45 - 12:00 Michiel Rotteveel geeft een inkijk in het online gedrag en mediagebruik van diverse generaties. Hij baseert zich hierbij op de diverse onderzoeken die MediaTest de afgelopen jaren heeft uitgevoerd, waaronder vaak voor uitgevers. Hij gaat graag met deelnemers in gesprek over de vertaalslag naar kansen en bedreigingen voor uitgeefprofessionals.

12.00 Einde programma

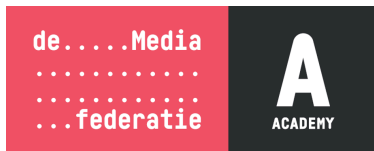
Praktische informatie

Wanneer?

Donderdag 14 november 2024, 09:00 - 12:00 uur

Waar?

Online bijeenkomst. De webinarlink volgt.



Voor wie?

Voor zowel mkb- als corporate uitgeverijen en mediabedrijven. Voor zowel nieuwsuitgevers, educatieve, vak-, wetenschappelijke als boeken- en tijdschriftuitgevers. Denk aan de volgende rollen: uitgevers, contentmakers, (hoofd)redacteurs, productontwikkelaars, communicatie-, product-, community-, brand en marketingmanagers, business developers en marketeers.

Kosten?*

Leden van MEVW en MMA ontvangen een volledige subsidie

GAU-leden ontvangen een GAU-subsidie van € 100,-; zij betalen € 95,-

NVPI-leden betalen € 195,-

Niet-leden betalen € 390,-

Voor meer informatie neem je contact op academy@mediafederatie.nl

Inschrijfformulier

***Betalings- en annuleringsvoorwaarden**

Na deelname ontvang je van ons een factuur. Tarieven zijn excl. btw.

Deelname wordt deels uit de ledencontributie gefinancierd. We hanteren een No Refund beleid: de inschrijving voor deze bijeenkomst wordt hiermee als definitief beschouwd. Mocht je onverhoopt verhinderd zijn om deel te nemen, dan kun je altijd een collega jouw plaats in laten nemen. Bij afmeldingen of No Shows wordt in alle gevallen het gehele bedrag in rekening gebracht (leden € 195,-; niet-leden € 390,-). Dit geldt óók voor alle GAU-, MEVW-, MMA- en NVPI-leden. Door je aan te melden, accepteer je deze annuleringsvoorwaarden. Voor MEVW-leden geldt dat deelname gratis is, zolang het opleidingsbudget van de branchevereniging MEVW dat toelaat. Freelancers en zzp'ers komen niet in aanmerking voor kortingen en subsidies die wij (een deel van) onze leden bieden. Voor werkgevers en ondernemers zijn zakelijke scholingskosten (onder voorwaarden) fiscaal aftrekbaar.