

 EMS EHSAL MANAGEMENT SCHOOL	Opleiding	Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie - werkplekieren
	Academiejaar	2019-2020
	Opleidingsonderdeel	Conversation & sociale media
	Studiepunten	3
	Taal	Nederlands
	Verplicht/facultatief	Verplicht

Delen**Studiepunten**

■ Conversation & social media - theorie	3
---	---

1 Verwachte aanvangscompetenties

- a. De algemene toelatingsvoorwaarden zijn beschreven in de onderwijs- en examenregeling.**
- b. De docent wenst ook de aandacht te vestigen op het belang van de volgende aanvangscompetenties**
- /

2 Doelstellingen**a. Plaats van het (opleidingsonder)deel in de opleiding:**

Zie [programmastructuur](#)

b. Competenties uit het competentieprofiel en geëvalueerde competentieniveau:

/

c. Kerndoelen van het (opleidingsonder)deel:

WETEN HOE EN WAAROM: kennis opzoeken, verworven kennis aanwenden in eenvoudige, cognitieve opdrachten.

- De studenten de belangrijkste topics bijbrengen inzake social media marketing en communicatie, met aandacht voor conversation management.
- Studenten moeten social media kunnen inschakelen in de communicatiestrategie van een bedrijf met als doel conversaties om te zetten in conversies.
- Studenten moeten in staat zijn om gewenste conversaties te initiëren, te multipliceren en ze om te zetten in rendabele conversies.
- De studenten inzicht verschaffen in de mogelijkheden en beperkingen van social media en hen aanleren hoe ze concrete en realiseerbare doelstellingen kunnen formuleren bij de inzet hiervan.

TONEN HOE: begeleide zelfreflectie en ervaringsleren: leren handelen in (gesimuleerde) praktijksituaties.

- De student kan werken met verschillende 'social media advertising'-platformen: Facebook, Instagram en LinkedIn. De student kan eveneens werken met Facebook Business Manager.

- De student kan een strategie en doelgroep bepalen voor een social media advertentie. Hij/zij kent alle mogelijkheden van social media advertising (structuur van een campagne, begrippen, tips...) en kan deze toepassen.

3 Leerinhouden

- Hoe sociale media planmatig aanpakken
- Succes meten: SMART objectieven bepalen o.b.v. succesfactoren, KPI's, metrics & targets
- Social media tools: tips & tricks
- Social media advertising
- Social media audit & strategy
- E-recruitment

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

- Hoorcollege
- Werkcollege
- Interactief onderwijsleergesprek
- Oefensessies
- Cases
- Coachingssessies
- Feedbacksessies

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	3
Contacturen	24
Studeertijd en examen	60

Overzicht opdrachten

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

De evaluatie van het opleidingsonderdeel Conversation & sociale media bestaat uit een individueel schriftelijk examen. Het examen bevraagt de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel d.m.v. een overall toets (toepassings-, inzichts- en meerkeuzevragen).

¹ Definitie 'Studiepunt': Een studiepunt wordt gebruikt om de studieomvang van elke opleiding of elk opleidingsonderdeel uit te drukken. Het is een internationaal aanvaarde eenheid die overeenstemt met tussen 25 en 30 uren voorgeschreven onderwijs-, leer- en evaluatieactiviteiten.

b. Tweede zittijd

- schriftelijk examen

7 Studiemateriaal**a. Verplicht studiemateriaal**

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Chris Demeyere, Mona Meskens, Elly Cools, Sara Van de Velde, en Lieven Van Nieuwenhuyze.

b. Aanbevolen studiemateriaal: materiaal aanbevolen door de gastdocenten

/

c. Overig didactisch materiaal: zie Toledo

8 Flexibiliteit

n.v.t.