

 EMS EHSAL MANAGEMENT SCHOOL	Opleiding	Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie - werkplekieren
	Academiejaar	2019-2020
	Opleidingsonderdeel	Digitaal marketinglandschap
	Studiepunten	4
	Taal	Nederlands
	Verplicht/facultatief	Verplicht

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 het digitale marketinglandschap.
- Studenten hebben inzicht in de principes van marketing in een digitale wereld.
- Algemene kennis verwerven over het juridisch kader waarbinnen digitale marketing gevoerd wordt.
- Knipperlichten zien bij het ontwikkelen van marketingactiviteiten: wanneer moet het advies van een jurist gevraagd worden?
- Studenten begrijpen de elementaire financiële begrippen die in een digitale marketingomgeving worden gehanteerd.
- Studenten inzicht verschaffen in klantrentabiliteit en marketingbudgettering.

3 Leerinhouden

- Het marketingproces
- Branding naar de nieuwe generatie
- Marketing in een digitale wereld
- Juridische aspecten digitale marketing
- Finance-Marketing interfaces
- Budget power

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

- Hoorcollege**
- Werkcollege**
- Interactief onderwijsleergesprek**
- Oefensessies**
- Cases**
- Coachingsessies**
- Feedbacksessies**

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	4
Contacturen	31
Studeertijd en examens	70
Overzicht opdrachten	/

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

Het individueel schriftelijk examen be vraagt de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel Digitaal marketinglandschap d.m.v. een overall toets toepassings-, inzichts- en meerkeuzevragen.

b. Tweede zittijd

Theorie: schriftelijk examen (zie eerste zittijd).

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.

Enkel het gedeelte Juridische aspecten van digitale marketing is een open boek examen.

7 Studiemateriaal

a. Verplicht studiemateriaal

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Eduard Boschloos, Clo Willaerts, Joeri Van den Bergh, Tom Heremans, Ludo Lambrechts en Kurt Vandewalle.

Boeken:

Clo Willaerts - Digital marketing like-a-PRO – 2018

Tom Heremans- 101 marketingvragen juridisch beantwoord (3de editie) - 2018

b. Aanbevolen studiemateriaal: /

c. Overig didactisch materiaal: zie Toledo

8 Flexibiliteit

n.v.t.