

	Opleiding	Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie - werkplekleren
	Academiejaar	2019-2020
	Opleidingsonderdeel	Research en metrics
	Studiepunten	4
	Taal	Nederlands
	Verplicht/facultatief	Verplicht

Delen**Studiepunten**

Research en metrics – theorie	3
New and online ways to connect with and understand consumers	1

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:*

- De student inzicht verschaffen in de mogelijkheden en beperkingen van online & community research, database management en CRM.
- Studenten vertrouwd maken met het opzetten en uitvoeren van online & community research.
- Studenten inzicht verschaffen in het interpreteren en gebruiken van de resultaten van online & community research.
- Inzicht verkrijgen in effectieve online marketing voor een gezonde business. Het belang inschatten in de balans tussen cost per acquisitie en customer lifetime value.
- Inzicht krijgen in de belangrijkste traffic drivers voor digitale media en hun mogelijke impact op de bottomline.

3 Leerinhouden

- Database management & CRM
- New and online ways to connect with and understand consumers
- Return on Marketing Investments (ROMI)
- Conversion marketing

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

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

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹ 4

Contacturen 21

Studeertijd en examen 80

Overzicht opdrachten Paper: The future of marketing research

Page 2

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

De evaluatie van het opleidingsonderdeel Research en metrics bestaat uit twee delen:

- Het individueel schriftelijk examen be vraagt al de geziene leerstof van het gedeelte Conversion marketing, database management & CRM en Return on Marketing Investments (ROMI) d.m.v. een overall toets (toepassing-, inzichts- en meerkeuzevragen).
- Het gedeelte New and online ways to connect with and understand consumers wordt geëvalueerd op het schrijven van een paper (een "management summary") over de "future of research" van 2 blz.

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 van het gedeelte Conversion marketing, database management & CRM en Return on Marketing Investments (ROMI)
- Alternatieve opdracht in overleg met de betrokken gastdocenten voor het gedeelte New and online ways to connect with and understand consumers .

7 Studiemateriaal**a. Verplicht studiemateriaal**

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Michel De Baer, Dimitri Claerbout, Raphael Nolens, Tom De Ruyck en Wim Van Nuffel

b. Aanbevolen studiemateriaal: materiaal aanbevolen door de gastdocenten

c. Overig didactisch materiaal: zie Toledo

8**Flexibiliteit**

n.v.t.