

 EMS EHSAL MANAGEMENT SCHOOL	Opleiding	Postgraduaat Marketingmanagement
	Academiejaar	2019-2020
	Opleidingsonderdeel	Marketingcommunicatie online & offline
	Studiepunten	7
	Taal	Nederlands
	Verplicht/facultatief	Verplicht

Delen	Studiepunten
■ Theorie	3
■ Communicatieproject	4

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 studenten vertrouwd maken met de nieuwe online communicatiemiddelen;
- de studenten leren hoe deze middelen strategisch te gebruiken in de marketingcommunicatie;
- het deskundig kunnen inpassen van interactieve marketinginstrumenten in het marketingprogramma van een organisatie;
- creatief werk leren beoordelen vanuit de marketingstrategie;
- vertrekend van een concreet communicatieprobleem/briefing voor een bedrijf of merk een communicatieproject uitwerken;
- door analyse van de marketingcommunicatie gefundeerde beslissingen nemen en argumenteren in verband met: doelgroepen, de boodschap ontwikkeling, de geïntegreerde mediakanalen (online & offline) om zo op een efficiënte en effectieve manier te kunnen communiceren en de doelstellingen te bereiken;
- een realistisch budget opstellen met een timing en hoe men de communicatieresultaten concreet zal meten/evalueren.

3 Leerinhouden

- Trends
- Geïntegreerd online & offline communicatieplan
- Digitale-marketingplanning
- Hoe begin je aan een digitaal marketingplan?
- Social media marketing/community marketing
- Digitale strategie
- Integratie van offline en online marketingcommunicatie cases
- Customer experience marketing
- Omnichannel marketing
- Communicatieproject

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Hoorcollege |
| <input type="checkbox"/> | Werkcollege |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Interactief onderwijsleergesprek |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Oefensessies |
| <input type="checkbox"/> | Cases |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Coachingssessies |
| <input type="checkbox"/> | Feedbacksessies |

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	7
Contacturen	46
Studeertijd en examens	120
Overzicht opdrachten	Communicatieproject

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

De evaluatie van het OOD Marketingcommunicatie: online & offline bestaat uit twee delen:

- 1) een individueel schriftelijk examen bestaande uit meerkeuze-, en/of inzichts- en toepassingsvragen die de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel bevraagt.
- 2) Presentatie communicatieproject

Voor het groepsproject wordt gewerkt in groepjes van een vijftal studenten. Het resultaat van dit groepswork wordt gepresenteerd aan een jury van gastdocenten en externe opdrachtgevers. Elke groep krijgt in principe een groepsquotatie. Wanneer echter blijkt dat een groepslid (of meerdere groepsleden) een duidelijk onderscheiden inbreng leverde(n), zowel positief als negatief, kan voor de betrokkene(n) deze groepsquotatie worden aangepast. Hierdoor is het mogelijk dat een groepslid dat onvoldoende presteerde niet slaagt voor het project.

b. Tweede zittijd

- 1) schriftelijk examen
- 2) alternatieve opdracht voor het project in overleg met de betrokken gastdocenten

7 Studiemateriaal

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.

a. Verplicht studiemateriaal

- Cursussen Nathalie Dekens, Chris Demeyere, Ignace Dermaux, Geert Neutens, Raphael Nolens, Freek Stevens, Steven Van Belleghem, Bert Van Wassenhove, Clo Willaerts.
- Handboek: 'De marketingbijbel voor een digitale wereld, Bert Van Wassenhove, Lannoo Campus, 2019
- Handboek: Steven Van Belleghem, Customers the day after tomorrow, Lannoo Campus.

b. Aanbevolen studiemateriaal : /**8 Flexibiliteit**

n.v.t.