

	Opleiding	Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie
	Academiejaar	2021-2022
	Opleidingsonderdeel	E-mailmarketing en e-CRM
	Studiepunten	3
	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:

- De studenten inzicht verschaffen in de verschillende aspecten van commerciële e-mail communicatie en de technische specificaties van het medium, alsook een e-mailcampagne kunnen inpassen in een globale communicatiestrategie.
- Via learning by doing de studenten vertrouwd maken met het concipiëren en uitwerken van een e-mail campagne voor een concreet merk: de studenten moeten een e-mailontwerp en kopie kunnen aanleveren dat zowel rekening houdt met de aspecten van commerciële communicatie, als met de technische specificiteit van het medium.
- Bepalen en schrijven van de boodschappen
- Testen en optimaliseren van het e-mail design
- Doelgroepen segmentbepaling
- Stimuleren van e-mail opt-ins
- Objectieven bepalen van de e-mail campagnes
- Meten, optimaliseren en rapporteren van de resultaten
- Studenten kunnen deze verworven en toegepaste kennis aantonen d.m.v. een verslag.

3 Leerinhouden

- E-mail marketing en e-CRM

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

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

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	3
Contacturen	6
Studeertijd en examen	70
Overzicht opdrachten:	Werkplekleren

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

De evaluatie van het opleidingsonderdeel E-mailmarketing en e-CRM bestaat uitsluitend uit werkplekleren. Hierbij zal de student een verslag uitwerken voor de werkplek conform de afspraken met de betrokken gastdocenten (zie ook Toledo). In dit verslag wordt de leerinhoud toegepast en toont de student zijn/haar verwezenlijkingen inzake e-mailmarketing en e-CRM in de vorm van een strategie en/of e-mail campagne voor de werkplek.

b. Tweede zittijd

Alternatieve opdracht in overleg met de werkplek en de betrokken gastdocenten.

7 Studiemateriaal

a. Verplicht studiemateriaal

Syllabi en cursusmateriaal van Tamara Gielen

¹ Definitie 'Studiepunt': Een studiepoint 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. Aanbevolen studiemateriaal:** /
c. Overig didactisch materiaal: zie Toledo

8 Flexibiliteit

n.v.t.