

	Opleiding	Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie
	Academiejaar	2021-2022
	Opleidingsonderdeel	Marketing management & E-commerce
	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:

- Studenten verwerven algemene kennis 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.
- De student weet wat content marketing is en begrijpt de mogelijkheden en beperkingen. Hij weet hoe je de belangrijkste digitale en sociale kanalen kan inzetten voor contentmarketing.
- De student inzicht verschaffen in de soorten content, weten hoe je digitale content schrijft, waar je op moet letten en wanneer je welke soort inzet.
- De student inzicht verschaffen in de mogelijkheden en beperkingen van E-commerce, database management, CRM en automation.
- De student begrijpt wat agile en growth marketing is en welke tools kunnen helpen om een snel organisatie te doen groeien.

3 Leerinhouden

- Finance-marketing interfaces
- Juridische aspecten van digitale marketing
- Branding naar nieuwe generatie
- CRM & automation
- E-commerce
- Content marketing
- Agile & growth marketing

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

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

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	4
Contacturen	33
Studeertijd en examen	70
Overzicht opdrachten	/

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

Het individueel schriftelijk examen bevaagt de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel Marketing management & E-commerce d.m.v. een overall toets (toepassings-, inzichts- en meerkeuzevragen).

b. Tweede zittijd

Schriftelijk examen

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.

7 Studiemateriaal

a. Verplicht studiemateriaal

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Ludo Lambrechts, Cis Scherpereel, Tom Heremans, Joeri Van Den Bergh, Karlien De Haes, Ilse Vandevyvere

Boeken

Scherpereel Cis en Ostyn Kurt, *Het oneerlijke voordeel*. Uitgeverij Mex United

Heremans Tom, *101 marketingvragen juridisch beantwoord (3de editie)*. Intersentia.

b. Aanbevolen studiemateriaal: materiaal aanbevolen door de gastdocenten

c. Overig didactisch materiaal: zie Toledo

8 Flexibiliteit

n.v.t.