

 <b>EMS</b> EHSAL MANAGEMENT SCHOOL	Opleiding	<b>Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie</b>
	Academiejaar	<b>2021-2022</b>
	Opleidingsonderdeel	<b>Online research &amp; digitale trends</b>
	Studiepunten	<b>3</b>
	Taal	<b>Nederlands</b>
	Verplicht/facultatief	<b>Verplicht</b>

**Delen****Studiepunten**

New ways to connect with and understand consumers	<b>1,5</b>
Big data & next generation analytics	<b>1,5</b>

**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 de belangrijkste topics bijbrengen inzake online research & digitale trends.
- De student inzicht verschaffen in de mogelijkheden en beperkingen van online & community research.
- 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.
- Studenten zijn in staat om een basisvideo te maken o.b.v. doelgroep-, -doelstelling en boodschapbepaling.
- Studenten zijn in staat om een strategie voor video te vertalen naar een goede briefing voor de klant.

### 3 Leerinhouden

- New ways to connect with and understand consumers
- Digitale trends
- Big data & next generation analytics
- Influencer marketing
- Videomarketing
- Werkgeverssessies
- Studentensessies

### 4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

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

### 5 Studie- en verwerktijd

<b>Studiepunten<sup>1</sup></b>	3
<b>Contacturen</b>	31
<b>Studeertijd en examen</b>	50

<b>Overzicht opdrachten</b>	Paper: The future of marketing research Paper: big data & next generation analytics
-----------------------------	--

### 6 Evaluatiemodaliteiten

#### a. Eerste zittijd

De evaluatie van het opleidingsonderdeel Online research & digitale trends bestaat uit twee delen:

#### 1. New ways to connect with and understand consumers (1,5 SP):

<sup>1</sup> 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.

Het gedeelte New ways to connect with and understand consumers wordt geëvalueerd op het schrijven van een paper (een "management summary") over de "future of marketing research" van 2 blz.

**2. Big data & next generation analytics (1,5 SP):**

Het gedeelte Big data & next generation analytics wordt geëvalueerd op het schrijven van een paper van 2 blz.

**b. Tweede zittijd**

**1. New and online ways to connect with and understand consumers (1,5 SP):**

Alternatieve opdracht in overleg met de betrokken gastdocenten.

**2. Big data & next generation analytics (1,5 SP):**

Alternatieve opdracht in overleg met de betrokken gastdocenten.

## 7 Studiemateriaal

**a. Verplicht studiemateriaal**

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Tom De Ruyck, Steven Van Belleghem, Bart Van Der Vurst, Carole Lamarque, Wolfram Carlier.

**b. Aanbevolen studiemateriaal:** materiaal aanbevolen door de gastdocenten

**c. Overig didactisch materiaal:** zie Toledo

## 8

### Flexibiliteit

*n.v.t.*