

	Opleiding	Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie
	Academiejaar	2020-2021
	Opleidingsonderdeel	Marketingplanning
	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:

- Inzicht bieden in digitale marketing en communicatieplanning
- De studenten de belangrijkste topics bijbrengen inzake, strategie en planning van digitale marketing en communicatie, met aandacht voor trends.
- De studenten moeten weten hoe een digitaal communicatieplan gestructureerd is en de verschillende elementen ervan beheersen.
- Studenten moeten de principes van participatieve marketing en co-creatie kennen en kunnen toepassen.
- De studenten inzicht bieden in het optimaliseren van online/offline communicatiekanalen
- 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

- Digitaal marketingplan in 100 dagen
- ROMI & Growth hacking
- Optimalisatie online/offline communicatiekanalen
- Conversion marketing
- Google Digitaal Atelier: Boost je marketingmix met betalende kanalen

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

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

Page 2

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	3
Contacturen	16
Studeertijd en examen	60
Overzicht opdrachten	/

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

Het individueel schriftelijk examen bevraagt de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel Marketingplanning d.m.v. een overall toets (toepassings-, inziets- en meerkeuzevragen).

b. Tweede zittijd

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.

Schriftelijk examen

7	Studiemateriaal
----------	------------------------

a. Verplicht studiemateriaal

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Bert Van Wassenhove, Raphael Nolens, Geert Neutens, Dimitri Claerbout

Boeken:

Bert Van Wassenhove – *De Marketingbijbel voor een digitale wereld*. Lannoo

b. Aanbevolen studiemateriaal: materiaal aanbevolen door de gastdocenten.

c. Overig didactisch materiaal: zie Toledo

8	Flexibiliteit
----------	----------------------

n.v.t.