

	Opleiding	Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie
	Academiejaar	2020-2021
	Opleidingsonderdeel	Social media marketing
	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:

WETEN HOE EN WAAROM: kennis opzoeken, verworven kennis aanwenden in eenvoudige, cognitieve opdrachten.

- De studenten de belangrijkste topics bijbrengen inzake social media marketing en communicatie, met aandacht voor conversation management.
- Studenten moeten social media kunnen inschakelen in de communicatiestrategie van een bedrijf met als doel conversaties om te zetten in conversies.
- Studenten moeten in staat zijn om gewenste conversaties te initiëren, te multipliceren en ze om te zetten in rendabele conversies.
- De studenten inzicht verschaffen in de mogelijkheden en beperkingen van social media en hen aanleren hoe ze concrete en realiseerbare doelstellingen kunnen formuleren bij de inzet hiervan.

TONEN HOE: begeleide zelfreflectie en ervaringsleren: leren handelen in praktijksituaties.

- De student kan werken met verschillende 'social media advertising'-platformen: Facebook, Instagram en LinkedIn. De student kan eveneens werken met Facebook Business Manager.
- De student kan een strategie en doelgroep bepalen voor een social media advertentie. Hij/zij kent alle mogelijkheden van social media advertising (structuur van een campagne, begrippen, tips...) en kan deze toepassen.
- De student kan een campagne opzetten, optimaliseren en rapporteren op de verschillende platformen.

3 Leerinhouden

- Hoe sociale media planmatig aanpakken?
- Social media tools: tips & tricks
- Social media advertising
- Succes meten: SMART
- Google Digitaal Atelier: Creëer een contentstrategie voor je social media

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

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

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	3
Contacturen	16
Studeertijd en examen	60
Overzicht opdrachten	Werkplekieren

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

De evaluatie van het opleidingsonderdeel Social media marketing bestaat uitsluitend uit werkplekieren. 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 social media marketing in de vorm van een social media strategie voor de werkplek.

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.

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

7 Studiemateriaal

a. Verplicht studiemateriaal

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Chris Demeyere, Mona Meskens, Sara Van de Velde, Raphael Nolens

b. Aanbevolen studiemateriaal: materiaal aanbevolen door de gastdocenten

/

c. Overig didactisch materiaal: zie Toledo

8

Flexibiliteit

n.v.t.