

	Opleiding	<b>Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie</b>
	Academiejaar	<b>2020-2021</b>
	Opleidingsonderdeel	<b>Zoekmachinemarketing</b>
	Studiepunten	<b>5</b>
	Taal	<b>Nederlands</b>
	Verplicht/facultatief	<b>Verplicht</b>

**Delen****Studiepunten**

Werkplekieren: SEO	<b>2,5</b>
Werkplekieren: Online adverteren	<b>2,5</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:**

- Studenten vertrouwd maken met zoekmachinemarketing zodat zij de mogelijkheden en beperkingen ervan kunnen inschatten. Met aandacht voor SEO, SEA, Google Ads en Google Analytics.
- Studenten moeten in staat zijn om een high-level SEO-audit en een high-level usability audit uit te voeren. Hiervoor passen ze een keyword-onderzoek en concurrentieanalyse uit. Ze zijn in staat om SEO resultaten te meten en te rapporteren en de SEO van de werkplek te optimaliseren.
- Studenten inzicht verschaffen in de mogelijkheden en beperkingen van Web & Google Analytics, en SEA;
- Studenten inzicht verschaffen in het interpreteren en gebruiken van de resultaten van Google Analytics & Ads;
- Studenten moeten de principes van Google Analytics kennen en kunnen toepassen;
- Studenten moeten de principes van Google Ads kennen en kunnen toepassen;
- Studenten leren hoe marketing met automation een bedrijfsproces wordt, dat als doel heeft toekomstige klanten te begeleiden bij hun aankoopbeslissing;
- Studenten basisinzichten in Programmatic Advertising bijbrengen, de voordelen en mogelijkheden;
- Studenten tonen dat ze een strategie voor online adverteren kunnen opstellen en een campagne

structuur kunnen maken. Campagne structuur en strategie bepaling en zoekmachine zoekwoord onderzoek.

- Studenten moeten in staat zijn om tekstadvertenties en displayadvertenties op te maken.
- Studenten leren inzichten over campagne landingspagina optimalisatie
- Studenten tonen dat ze in staat zijn om te testen en rapporteren van campagnes en advertenties
- Studenten kunnen deze verworven en toegepaste kennis aantonen d.m.v. een verslag.

### 3 Leerinhouden

- Search Engine Optimisation (SEO) – inclusief SEO audit
- Google Analytics & Data studio in de praktijk
- Search Engine Advertising (SEA) – Google Ads
- Marketing automation & Realtime Bidding (RTB)
- Programmatic advertising
- Google Digitaal Atelier: Groeien dankzij zoekmachineoptimalisatie (SEO)
- Google Digitaal Atelier: Aan de slag met zoekmachinemarketing: SEO & SEA
- Google Digitaal Atelier: Google Analytics succesvol opzetten
- Google Digitaal Atelier: Haal meer uit je data met Google Analytics
- Google Digitaal Atelier: Vind antwoorden in data
- Google Digitaal Atelier: Aan de slag met online adverteren

### 4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

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

### 5 Studie- en verwerktijd

<b>Studiepunten<sup>1</sup></b>	5
<b>Contacturen</b>	21

<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.

<b>Studeertijd en examen</b>	85
<b>Overzicht opdrachten</b>	Werkplekieren: SEO Werkplekieren: Online adverteren

## 6 Evaluatiemodaliteiten

### a. Eerste zittijd

De evaluatie van het opleidingsonderdeel Zoekmachinemarketing bestaat uitsluitend uit werkplekieren. Het omvat twee delen:

1. **Werkplekieren SEO (2,5 SP):**

De uitwerking van een verslag voor de werkplek conform de afspraken met de betrokken gastdocenten. In dit verslag wordt de leerinhoud toegepast en toont de student zijn/haar verwezenlijkingen inzake SEO.

2. **Werkplekieren Online adverteren (2,5 SP):**

De uitwerking van een verslag voor de werkplek conform de afspraken met de betrokken gastdocenten. In dit verslag wordt de leerinhoud toegepast en toont de student zijn/haar verwezenlijkingen inzake Online adverteren in de vorm van een strategie en/of uitgewerkte campagne.

### b. Tweede zittijd

1. **Werkplekieren SEO (2,5 SP):**

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

2. **Werkplekieren Online adverteren (2,5 SP):**

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

## 7 Studiemateriaal

### a. Verplicht studiemateriaal

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Jan Van Caneghem, Johan Hermans, Raphael Nolens, Janne Beke en Kim Verhaegen

### b. Aanbevolen studiemateriaal: /

### c. Overig didactisch materiaal: zie Toledo

## 8 Flexibiliteit

*n.v.t.*