

	Opleiding	<b>Postgraduaat Digitale Marketing en Communicatie</b>
	Academiejaar	<b>2020-2021</b>
	Opleidingsonderdeel	<b>Marketing management &amp; E-commerce</b>
	Studiepunten	<b>4</b>
	Taal	<b>Nederlands</b>
	Verplicht/facultatief	<b>Verplicht</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 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 inzicht verschaffen in de mogelijkheden en beperkingen van E-commerce, database management en CRM.
- Studenten zijn in staat om een digitale traffic aanbeveling op te stellen voor een webshop en zijn in staat campagne/advertentievoorbeelden uit te werken.
- Studenten kunnen geavanceerd werken met platformen zoals Shopify, Wordpress of Lightspeed.
- Studenten weten wat Google Tag manager is, en kennen de basis.
- Studenten kunnen conversies, e-commerce tracking, AB-testing, personalisatie en dashboards opzetten met Google Analytics, Google Data Studio en Google Optimize
- Studenten kennen de basis van Attribution modelling en Google Merchant Center.

### 3 Leerinhouden

- Finance-marketing interfaces
- Juridische aspecten van digitale marketing
- Branding naar nieuwe generatie
- Database management & CRM
- E-commerce
- Maak je webshop

### 4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

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

### 5 Studie- en verwerktijd

<b>Studiepunten<sup>1</sup></b>	4
<b>Contacturen</b>	36
<b>Studeertijd en examen</b>	70
<b>Overzicht opdrachten</b>	/

### 6 Evaluatiemodaliteiten

#### a. Eerste zittijd

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

#### b. Tweede zittijd

Schriftelijk examen

<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.

## 7 Studiemateriaal

### a. Verplicht studiemateriaal

Syllabi en cursusmateriaal van de diverse gastdocenten : Ludo Lambrechts, Raphael Nolens, Cis Scherpereel, Tom Heremans, Joeri Van Den Bergh, Wim Van Nuffel

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.*