

| | | |
|---|-----------------------|---|
|  | Opleiding | Postgraduaat Marketing en Business Development |
| | Academiejaar | 2020-2021 |
| | Opleidingsonderdeel | Digitale en online commerciële processen |
| | Studiepunten | 5 |
| | 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:

- De studenten vertrouwd maken met de nieuwe online marketingcommunicatiemiddelen zoals artificiële intelligentie, content marketing, agile marketing, ...
- de studenten leren hoe deze middelen strategisch te gebruiken in de Marketingcommunicatie.
- Het deskundig kunnen inpassen van interactieve marketinginstrumenten in het marketingprogramma van een organisatie.
- Mogelijkheden leren kennen van online marketing en verkopen van producten en diensten.

Page 1

3 Leerinhouden

- Marketingstrategie in een digitale wereld + practicum + case in teamverband
- E-commerce
- Omnichannel marketing
- Social media marketing/community marketing, content marketing
- Trends customer management
- Lead generation
- Customer experience marketing

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

| | |
|-------------------------------------|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Hoorcollege |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Werkcollege |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Interactief onderwijsleergesprek |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Oefensessies |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Cases |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Coachingsessies |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Feedbacksessies |

5 Studie- en verwerktijd

| | |
|---------------------------------|-----|
| Studiepunten¹ | 5 |
| Contacturen | 36 |
| Studeertijd en examens | 125 |
| Overzicht opdrachten | |

6 Evaluatiemodaliteiten**a. Eerste zittijd**

De evaluatie van het OOD Digitale en online commerciële processen bestaat uit:

- een individueel schriftelijk examen bestaande uit meerkeuze-, en/of inzicht- en toepassingsvragen die de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel bevraagt (50%).
- Een mondeling examen in teamverband met uitwerking van een case i.v.m. digitale strategie voor een bedrijf en product naar keuze (50%).

b. Tweede zittijd

Individueel schriftelijk examen en een alternatieve opdracht voor het project in overleg met de betrokken gastdocenten.

7 Studiemateriaal**a. Verplicht studiemateriaal**

- Cursussen : Nathalie Dekens, Chris Demeyere, Ignace Dermaux, Mona Meskens, Geert Neutens, Cis Scherpereel, Steven Van Belleghem, Bert Van Wassenhove.
- Handboek: 'De marketingbijbel voor een digitale wereld, Bert Van Wassenhove, Lannoo Campus, 2019
- Handboek: Steven Van Belleghem, The offer you can't refuse, wat als klanten meer willen dan een uitstekende service? Lannoo Campus, 2020.

b. Aanbevolen studiemateriaal : /**8 Flexibiliteit**

n.v.t.

¹ Definitie 'Studiepunt': Een studiepunten 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.