



Cursusomvang (nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)

Studiepunten 4.0 **Studietijd** 120 u **Contacturen** 32.5 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2017-2018

A (semester 2)	werkcollege	8.75 u
	hoorcollege	23.75 u

Lesgevers in academiejaar 2017-2018

Vanderstraeten, Alex	EB11	Verantwoordelijk lesgever
----------------------	------	---------------------------

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2017-2018

	stptn	aanbodssessie
Postgraduaatsopleiding Social profit en publiek management	4	A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Marketing, gedragsveranderingsprocessen bij grote groepen, duurzaam gedrag, communicatie

Situering

Studenten verwerven inzicht in marketing, een gedragsresultaatgericht beleidsinstrument.
Dit instrument helpt publieke en socialprofit organisaties om meer doordacht en efficiënt te kunnen investeren in concrete gedragsveranderingen bij grote groepen.

Inhoud

Beginnelen van een gefundeerd communicatiebeleid (communicatiedesign, communicatieflow, storytelling en communicatiemix).
Onderzoek naar de werking van de 'markt' (trendwatching en trend implementatie, een organisatie schetsen als levende entiteit in een dynamische omgeving).
Concurrentie-analyse en doelgroepenanalyse.
Positionering en branding: hoe zet je ideeën om in een sterk communicatief merk (meerwaarde-innovatie).
Fondsenwerving
Online-marketing

Begincompetenties

Voor alle opleidingsonderdelen van het postgraduaat 'Social Profit en Publiek Management' is het een vereiste dat de cursist in het bezit is van een bachelor- of masterdiploma, of in voldoende mate elders verworven competenties bezit die het niveau gelijk kan stellen met een bachelor of een master. Alsook dat hij/zij met succes het intake- of motivatiegesprek heeft doorlopen.

Eindcompetenties

- 1 De cursist:
 - heeft een goede basiskennis om een gefundeerd communicatiebeleid te voeren;
- 2 -is in staat kritisch onderzoek te voeren met als doel een geïntegreerd designmanagement;
- 3 -heeft inzicht in de kernelementen van de discipline;
- 4 -heeft inzicht in de werking van fondsenwerving en
- 5 -heeft inzicht in de werking van online-marketing.

Creditcontractvoorwaarde

Toelating tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is mogelijk mits gunstige beoordeling van de competenties

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Hoorcollege, werkcollege

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Hoorcolleges : 4 weken

Oefeningen in groepen : 4 weken

Leermateriaal

Het lesmateriaal bestaat uit slides en syllabus

Referenties

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

De interactiviteit tijdens de lessen maakt het mogelijk om vragen te stellen tijdens de hoorcolleges en oefeningen. Voor vragen kan de student ook bij de titularis terecht via mail of op afspraak.

Evaluatiemomenten

niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Participatie, werkstuk

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is mogelijk

Toelichtingen bij de evaluatievormen

De cursisten worden permanent geëvalueerd tijdens de lessen op basis van hun participatie aan de les en oefeningen (30%). Daarnaast krijgen ze een opdracht waarbij nagegaan wordt of ze de eindcompetenties hebben geïntegreerd (70%).

Indien ze niet slagen in de eerste zit, krijgen ze een nieuwe opdracht in de tweede zit. De punten van de permanente evaluatie worden overgenomen naar de 2de zitting.

Eindscoreberekening

70% werkstuk

30% participatie