



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

Studiepunten 4.0 Studietijd 120 u Contacturen 32.5 u

Aanbodssessies en werkvormen in academiejaar 2017-2018

A (semester 2) Nederlands 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 Cultuur- en kunstmanagement	4	A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Missie, strategische marketing, publieksanalyse, doelgroepen, marketing, communicatie, designmanagement, service design, communicatiedesign, experience design, user-centered design, fondsenwerving, online-marketing

Situering

De studenten verwerven inzicht in marketing, een gedrags- en resultaatgericht beleidsinstrument.

Dit instrument helpt cultuur- en kunstorganisaties om meer doordacht en efficiënt te 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 trendimplementatie, een organisatie schetsen als een levende entiteit in een dynamische omgeving)
Concurrentie-analyse, doelgroepen-analyse
Initiatie in 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 'Cultuur- en Kunst Management' is het een vereiste dat de cursist in het bezit is van een bachelor- of een 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.
Enige ervaring in of affiniteit met de culturele of kunstensector en erfgoedsector is wel noodzakelijk.

Eindcompetenties

- 1 De student:
 - heeft basiskennis om een gefundeerd communicatiebeleid te voeren toegepast op de Kunst- en Culturele sector;
- 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

Werkcollege: 4 weken

Leermateriaal

Hand-outs en syllabus.

Referenties

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

De student kan met vragen en problemen bij de docent terecht via 4 kanalen:

- Voor, tijdens of na de lessen

- Via mail gericht aan docent

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 in de 2de zitting.

Eindscoreberekening

70% werkstuk

30% participatie