



**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 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 zittijd.

#### **Eindscoreberekening**

70% werkstuk

30% participatie