



## Overheidsmarketing en externe communicatie (F000832)

Wegens Covid19 kan mogelijk afgeweken worden van de onderwijs- en evaluatievormen. Dergelijke afwijkingen zullen via Ufora worden gecommuniceerd.

Cursusomvang (nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)  
Studiepunten 5.0 Studietijd 150 u Contacturen 45.0 u

### Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021

A (semester 1)	Nederlands	Gent	hoorcollege	30.0 u
			begeleide zelfstudie	7.5 u
			groepswork	7.5 u
			online hoorcollege	0.0 u

### Lesgevers in academiejaar 2020-2021

Gelders, Dave EB23 Verantwoordelijk lesgever

### Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021

	stptn	aanbodsessie
<a href="#">Master of Science in de lichamelijke opvoeding en de bewegingswetenschappen (afstudeerrichting sportbeleid en sportmanagement)</a>	5	A
<a href="#">Master of Science in de bestuurskunde en het publiek management</a>	5	A

### Onderwijstalen

Nederlands

### Trefwoorden

overheidsmarketing, communicatiebeleid, branding, crisiscommunicatie, social marketing

### Situering

Dit keuzeopleidingsonderdeelfocust op de strategische functie van marketing en communicatie van overheden naar externe stakeholders. Het is *niet* op ICT gefocust.

### Inhoud

De overheid heeft het altijd gedaan. Media en burgers verwachten er veel van en focussen op wat misloopt. Denk aan het crisisbeheer en de crisiscommunicatie over het Covid-19-virus in België en daarbuiten. Hoe profileert de overheid zich en welke rol speelt communicatie daarin? Hebben overheidscommunicatoren en bedrijfscommunicatoren met dezelfde uitdagingen te maken? Wat zijn de verschillen tussen overheids- en commerciële marketing? Hoe communiceert de overheid best over haar beleid, van de prille proefballon tot en met het resultaat? Hoe beïnvloeden overheids campagnes de kennis, houding en het gedrag van burgers? Hoe communiceert de overheid best over crisissen? Dergelijke vragen rondom overheidsmarketing, in het bijzonder de rol van externe communicatie, staan centraal. Kernthema's: Eigenheid, Branding en Crisis communicatie, Social marketing

### Begincompetenties

Basiskennis in minstens één van de volgende vakgebieden: bestuurs- en beleidskunde, managementwetenschap, communicatiemanagement/marketing.

### Eindcompetenties

- 1 De rol van marketing bij overheidshandelen uitleggen
- 2 De samenhang en dynamiek tussen communicatie en beleid begrijpen
- 3 Een wetenschappelijk verantwoord, kwaliteitsvol product ontwerpen waarin je een overheidscommunicatie-initiatief kritisch doorlicht
- 4 Oplossingen voor branding-problemen beargumenteren
- 5 Een verantwoord oordeel vormen over cases en trends
- 6 Getuigen van een kritische houding over de rol van diverse actoren zoals kabinetten, politieke partijen, administratieve overheden

#### 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

Begeleide zelfstudie, groepswork, hoorcollege, online hoorcollege

#### Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Meer uitleg over het groepswork en de begeleide zelfstudie in de Uforacursus en tijdens de sessies van dit opleidingsonderdeel.

#### Leermateriaal

Publicaties (waaronder Engelstalige), slides en illustraties aangeboden via het elektronisch leerplatform. Notities van (gast)colleges zijn een essentieel onderdeel van de leerstof. Kostprijs afhankelijk van (wijze van) afdrukken. Geraamd: 10 EUR.

#### Referenties

Naast het verplichte leermateriaal zal literatuur worden aanbevolen.

#### Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Ondersteuning via de colleges, of op afspraak.

#### Evaluatiemomenten

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

#### Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijk examen

#### Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijk examen

#### Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Werkstuk

#### Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is niet mogelijk

#### Toelichtingen bij de evaluatievormen

Schriftelijk eindexamen op 14 punten + groepsworken tijdens het semester op 6 punten. Eindscore: optelsom schriftelijk eindexamen + groepsworken. Alleen het schriftelijk eindexamen kan worden herkanst. Alles behoort tot de leerstof, tenzij anders bepaald. Tijdens de sessies wordt verduidelijkt in welke mate/hoe de stof moet gekend zijn.

#### Eindscoreberekening

Periodegebonden evaluatie: 70%

Niet-periodegebonden evaluatie: 30%