



Digitale marketing (F000876)

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 3.0 Studietijd 90 u Contacturen 30.0 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021

A (semester 2)	Engels	Gent	groepswerk	15.0 u
			hoorcollege	15.0 u

Lesgevers in academiejaar 2020-2021

Steenhaut, Sarah	EB23	Verantwoordelijk lesgever
------------------	------	---------------------------

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021

	stptn	aanbodsessie
Educatieve Master of Science in de economie (afstudeerrichting toegepaste economische wetenschappen)	3	A
Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Accountancy)	3	A
Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Corporate Finance)	3	A
Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Marketing)	3	A
Uitwisselingsprogramma Economie en Bedrijfskunde	3	A

Onderwijstalen

Engels

Trefwoorden

Digital age
Internet economy
Online marketing
Digital marketing
Digital consumer
Mobile
Social media

Situering

De cursus wordt geconcentreerd gegeven in een periode van 6 weken. De cursus vertrekt vanuit de embedding van marketing in de bedrijfsstrategie die per definitie digitaal moet zijn vandaag. Studenten leren de dynamiek van het digitale spel begrijpen, ontwikkelen een scherpe visie op de opportuniteiten en benefits van digitale mogelijkheden, en verwerven inzicht in de metrics om digitale acties te evalueren. De cursus bestaat uit hoorcolleges, aangevuld met praktijkervaringen van gastsprekers uit diverse sectoren en specialisaties.

Inhoud

In een **eerste strategisch luik** gaan we in op het waarom van digitaal. We verkennen marketing in het digitale tijdperk aan de hand van verschillende voorbeelden van nieuwe business modellen uit diverse industriën en sectoren, en we bespreken specifieke digitale onderwerpen, opkomende trends, de digitale consument, ... In een **tweede luik van de cursus** focussen we op **tactics** rekening houdend met de vastgestelde digitale marketingobjectieven: bouwen van digitale autoriteit via SEO, opzetten van digital advertising, gebruiken van social media, ... We creëren een goed begrip van deze mechanismen en de mogelijke valkuilen. Hierbij duiken we ook in de **metrics** voor digitale initiatieven, met o.a. google analytics.

Begincompetenties

- Goede beheersing van Engels

- Goede basiskennis van marketing en consumentengedrag.

Eindcompetenties

- 1 Een winning digitale marketing strategie uitwerken op basis van een kritische blik op trends en marktdynamieken, en een realistisch budgettair inzicht
- 2 Een relevant digitaal marketing actieplan opstellen op basis van een grondig begrip van de digital marketing toolbox en breder.
- 3 Metrics definiëren en interpreteren om zo digitale initiatieven te evalueren en strategie bij te sturen waar nodig

Creditcontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is open: de student houdt zelf rekening met voorkennis uitgedrukt in begincompetenties

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Groepswerk, hoorcollege

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Het volgen van hoorcolleges en gastcolleges is een essentiële insteek voor het succesvol voltooien van het groepswerk.

Leermateriaal

Slides, artikels en cases zullen digitaal ter beschikking worden gesteld.

Referenties

Deze cursus is gebaseerd op hoofdstukken uit diverse handboeken, en papers uit leading business en wetenschappelijke literatuur. Studenten dienen geen handboek aan te kopen.

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Docent is beschikbaar na de lessen, via mail en 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

Schriftelijk examen, mondeling examen, werkstuk, peer-evaluatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is enkel mogelijk in gewijzigde vorm

Toelichtingen bij de evaluatievormen

100% niet periodegebonden evaluatie
groepswerk + presentatie, rekening houdend met de peerassessmentscore, en een individueel examen

Eindscoreberekening

- 100% niet-periodegebonden evaluatie
- 45% group work, corrected for peer assessment
 - 45% individual examination
 - 10% in-course participation e.g. interim tasks, ...

Faciliteiten voor werkstudenten

Studenten dienen verplicht in de eerste les aanwezig te zijn en contact op te nemen met de verantwoordelijke lesgever.