

Digital Persuasive Communication (K001438)

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

Studiepunten 7.0

Studietijd 210 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2024-2025

A (semester 1)	Engels	Gent	groepswork	0.0u
			hoorcollege	0.0u
			zelfstandig werk	0.0u

Lesgevers in academiejaar 2024-2025

Van de Sompel, Dienneke

PS01

Verantwoordelijk lesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025

	stptn	aanbodsessie
Educatieve Master of Science in de maatschappijwetenschappen (afstudeerrichting communicatiewetenschappen)	7	A
Master of Science in de communicatiewetenschappen (afstudeerrichting communicatiemanagement)	7	A
Master of Science in de communicatiewetenschappen (afstudeerrichting film- en televisiestudies)	7	A
Master of Science in de communicatiewetenschappen (afstudeerrichting journalistiek)	7	A
Master of Science in de communicatiewetenschappen (afstudeerrichting nieuwe media en maatschappij)	7	A
Uitwisselingsprogramma politieke en sociale wetenschappen	7	A

Onderwijstalen

Engels

Trefwoorden

Digitale marketingcommunicatie, persuasieve digitale communicatie, communicatiemanagement

Situering

Dit is een van de kernvakken van de Master Communicatiewetenschappen, specialisatie communicatiemanagement.
Het doel van de cursus is om studenten vanuit een theoretisch en academisch denkkader een strategische visie op de ontwikkeling, planning en implementatie van digitale persuasieve (marketing) communicatie te laten ontwikkelen. De cursus gaat verder in op de manier waarop deze strategische visie tot uiting kan komen en reikt praktische inzichten aan om deze strategie te implementeren.

Inhoud

Theoretische component

Studenten maken kennis met belangrijke concepten, theorieën, strategieën, tools en tactieken die worden gebruikt binnen digitale persuasieve (marketing) communicatie. Er wordt gebruik gemaakt van een capita selecta benadering, waarin verschillende recente thematieken worden besproken. Bijvoorbeeld:

- sleutelconcepten die nodig zijn om het digitale marketinglandschap en de veranderende digitale consument te begrijpen
- soorten digitale communicatietools (bijv. contentmarketing, mobiele marketing, augmented / virtual reality)
- ontwikkeling, uitvoering en evaluatie van een digitaal communicatieplan.

Praktische component

Studenten maken een groepsopdracht rond digitale persuasieve (marketing) communicatie. Daarna zullen ze professioneel rapporteren en presenteren over

hun werk.

Begincompetenties

Dit opleidingsonderdeel bouwt verder op eindcompetenties van de opleidingsonderdelen "persuasieve communicatie" en "strategische communicatie".

Eindcompetenties

- 1 Kritisch de belangrijke concepten, theorieën, strategieën, tools en tactieken op het gebied van digitale persuasieve (marketing) communicatie evalueren.
- 2 De relevante innovaties op het gebied van digitale persuasieve (marketing) communicatie identificeren en bespreken.
- 3 Nieuwe vraagstukken en ontwikkelingen op het gebied van digitale persuasieve (marketing) communicatie kritisch benaderen.

- 4 Ontwikkelingen in digitale persuasieve (marketing) communicatie in een bredere context (economisch, sociaal, cultureel, politiek of technologisch) plaatsen.
- 5 De onderdelen van een digitaal persuasief (marketing) communicatieplan, hun onderlinge verbondenheid en hun plaats in de strategie van een organisatie bespreken.
- 6 In groep samenwerken aan een complex digitaal persuasief (marketing) communicatievraagstuk.
- 7 In het Engels kunnen communiceren over een digitaal persuasief (marketing) communicatievraagstuk.

Creditcontractvoorwaarde

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

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Groepswerk, Hoorcollege, Zelfstandig werk

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Deze cursus combineert verschillende lesmethoden:

- Hoorcolleges die studenten vertrouwd maken met de uitdagingen en kansen van digitale marketing, gebruikmakend van een verscheidenheid aan casestudy's, inzichten uit het bedrijfsleven en de academische wereld, enz. Gastcolleges gegeven door onderzoekers en/of professionals.
- Zelfstandig werk: onafhankelijke verwerking van online bronnen, met de mogelijkheid om vragen te stellen.
- Groepswerk: studenten werken samen rond een digitaal persuasief (marketing) communicatievraagstuk.

Studiemateriaal

Type: Slides

Naam: Course slides (via Ufora)

Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding

Optioneel: nee

Taal : Engels

Beschikbaar op Ufora : Ja

Referenties

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Mogelijkheid om vragen te stellen via e-mail en in de lessen.

Evaluatiemomenten

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijke evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijke evaluatie

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Presentatie, Peer en/of self assessment, Werkstuk

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is enkel mogelijk in gewijzigde vorm

Toelichtingen bij de evaluatievormen

Periodegebonden: schriftelijk examen (gesloten boek).

Niet-periodegebonden: opdrachten, bv. groepswerk.

Voor de groepsoopdrachten kan een peer-evaluatie worden toegepast met correctie op de punten indien er duidelijk een verschillende input is van de verschillende groepsleden. De lesgever behoudt evenwel de eindverantwoordelijkheid om af te wijken van of te beslissen geen rekening te houden met de peer assessment scores bij het bepalen van de cijfers per student voor de groepswerken.

Eindscoreberekening

Periodegebonden (60%) en niet-periodegebonden (40%).

De student moet voor alle onderdelen slagen om te kunnen slagen voor het geheel van het opleidingsonderdeel. Studenten die minder dan 10/20 halen voor minstens één van de onderdelen kunnen niet meer slagen voor het geheel van het opleidingsonderdeel. Als in dat geval de eindscore toch een cijfer van 10 of meer op 20 zou zijn, wordt dit teruggebracht tot het hoogste niet-geslaagd cijfer (bv. 9/20).

Faciliteiten voor werkstudenten

Werkstudenten dienen ten laatste op het einde van de eerste week (!) van het academiejaar contact op te nemen met de docent, als zij een alternatieve regelingen willen bespreken voor de niet-periodegebonden evaluatie van de cursus.