

Digital Communication Management (A704025)

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

Studiepunten 5.0 **Studietijd 150 u**

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2024-2025

A (semester 1)	Engels	Gent	werkcollege zelfstandig werk hoorcollege
----------------	--------	------	--

Lesgevers in academiejaar 2024-2025

De Clercq, Orphée	LW22	Verantwoordelijk lesgever
De Bruyne, Luna	LW22	Medewerker
De Geyndt, Ellen	LW22	Medewerker

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025

	stptn	aanbodsessie
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Duits)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Duits, Italiaans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Duits, Russisch)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Duits, Spaans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Duits, Turks)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Engels)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Engels, Duits)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Engels, Frans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Engels, Italiaans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Engels, Russisch)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Engels, Spaans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Engels, Turks)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Frans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Frans, Duits)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Frans, Italiaans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Frans, Russisch)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Frans, Spaans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Frans, Turks)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Italiaans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Russisch)	5	A

Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Spaans)	5	A
Master of Arts in de meertalige communicatie: combinatie van ten minste twee talen(afstudeerrichting Nederlands, Turks)	5	A
Master of Arts in Technology for Translation and Interpreting	5	A
Postgraduate Certificate Computer-Assisted Language Mediation	5	A

Onderwijstalen

Engels

Trefwoorden

digitale communicatie, digitale marketing, sociale media, web analytics

Situering

In de huidige informatiemaatschappij is een goede kennis van digitale communicatietools onontbeerlijk voor elk communicatieprofiel.

Inhoud

In de huidige informatiemaatschappij is een goede technische achtergrond van digitale communicatietools cruciaal. Taalprofessionals worden vaak betrokken in communicatie en marketing, een sterke kennis van de digitale componenten van deze disciplines is dan ook een troef. Dit is exact wat in deze cursus aan bod komt door te focussen op de drie digitale mediatypes - owned, earned en paid media. De volgende thema's komen aan bod:

- digital marketing
- search engine optimization
- sociale mediacampagnes
- web analytics

Bovendien zal je niet alleen leren over deze onderwerpen, maar ze ook moeten conceptualiseren en effectief toepassen in een sociale media en digitale marketingcampagne.

Ten slotte komen ook enkel use cases aan bod zoals privacy en ethiek, hoe kan sentiment analyse bijdragen tot hogere verkoopcijfers en hoe zal artificiële intelligentie dit veld nog veranderen in de toekomst?

Begincompetenties

De student:

- beschikt over een goede kennis van het Engels
- is computervaardig: Windows (explorer), Office (Word)

Eindcompetenties

- 1 De student heeft een grondige kennis van digitale marketing en communicatie.
- 2 De student kent de meerwaarde van zoektermoptimalisatie
- 3 De student weet hoe sociale media te integreren en analyseren in digitale projecten
- 4 De student kan bestaande tools voor web analytics kritisch evalueren
- 5 De student is zich bewust van de huidige wetgeving rond privacy.

Creditcontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via creditcontract gevolgd worden

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Werkcollege, Hoorcollege, Zelfstandig werk

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Hoorcolleges en hands-on werkcolleges.

Zelfstandig werk/groepswerk thuis.

Dit opleidingsonderdeel gaat uit van verantwoord gebruik van generatieve artificiële intelligentie (GAI). Tijdens de lessenreeks wordt toegelicht wat hieronder verstaan wordt.

Studiemateriaal

Type: Syllabus

Naam: MDCM: an introduction
Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
Optioneel: nee
Taal : Engels
Beschikbaar op Ufora : Ja

Type: Slides

Naam: Digital Communication Management
Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
Optioneel: nee
Taal : Engels
Beschikbaar op Ufora : Ja

Referenties

Marshall Sponder (2011), Social Media Analytics: Effective Tools for Building, Interpreting, and Using Metrics.

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Interactieve ondersteuning via UFORA en tijdens de lessen. Individuele feedback wordt gegeven tijdens de lessen, maar kan ook op afspraak en via e-mail.

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

Eerste examenperiode:

Naast de werkstukken is de (permanente) evaluatie gebaseerd op aanwezigheid en medewerking tijdens de lessen.

- Behalen van Google certificaten.
- Werkstukken in groep (sociale media en digitale campagne) gevolgd door een groepspresentatie.
- Invidiueel werkstuk over een thema dat aan bod kwam tijdens de lessen.

Tweede examenperiode:

Idem, groepsopdrachten kunnen aangepast worden naar een individuele opdracht.

Eindscoreberekening

Certificaten (10%), groepswerkstukken (70%), individueel werkstuk (20%)

Om te kunnen slagen dienen alle studenten deel te nemen aan minstens 80% van alle evaluaties en verplichte activiteiten zoals gastcolleges. Bij gewettigde afwezigheid kan een individuele vervangtaak voorzien worden.

Faciliteiten voor werkstudenten

Aanwezigheid tijdens de lessen is sterk aanbevolen.
Mogelijkheid tot feedback per e-mail of na afspraak.