

Inleiding tot het marktonderzoek (A000663)

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

Studiepunten 3.0 **Studietijd 90 u**

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2024-2025

A (semester 1)	Nederlands	Gent	zelfstandig werk groepswerk hoorcollege
----------------	------------	------	---

Lesgevers in academiejaar 2024-2025

Verstraeten, Julie	EB23	Verantwoordelijk lesgever
--------------------	------	---------------------------

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025

	stptn	aanbodssessie
Master of Arts in de meertalige bedrijfscommunicatie	3	A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Onderzoek, Marketing, Methodologie, Statistiek

Situering

Deze cursus is een inleidende cursus die tot doel heeft de studenten inzicht te geven in de verschillende onderzoeksmethoden die aangewend kunnen worden in marktonderzoek, alsook hoe een marktonderzoek op te zetten, (gegevensverzameling, - verwerking en -interpretatie), te presenteren en te evalueren.

Inhoud

- Methodologische overwegingen
 - Probleemstelling en-afbakening; het opstellen van onderzoeksvragen
 - Marktonderzoeksproces
 - Validiteit en betrouwbaarheid van marktonderzoek
- Analyse van secundaire bronnen
- Marktonderzoeksmethoden
 - Steekproeftrekking
 - Methoden van dataverzameling
 - (1) Kwalitatieve onderzoeksmethoden
 - Diepte-interviews en focusgroepgesprekken
 - Interviewgidsen
 - (2) Kwantitatieve onderzoeksmethoden
 - Experimenteel onderzoek
 - Kwantitatieve vragenlijsten
 - Schaalmethoden
 - Data-analyse (descriptieve en toetsende statistiek)
 - Toepassingen van marktonderzoek

Begincompetenties

Basiskennis van methodologie

Eindcompetenties

- 1 Onderzoeksvragen kunnen formuleren om een marktonderzoeksprobleem te ontleden
- 2 Marktonderzoeksmethodologie kritisch kunnen evalueren en voorstellen tot verbetering kunnen doen
- 3 Kwalitatief en kwantitatief onderzoek kunnen opzetten
- 4 De juiste onderzoeksmethoden en -technieken kunnen kiezen en zelfstandig kunnen werken

- met een aantal veelgebruikte analysetechnieken (in SPSS)
- 5 Kwalitatieve en kwantitatieve data kunnen verwerken (analyseren, interpreteren en rapporteren) tot een af leverbaar eindproduct voor de praktijk op een wetenschappelijk verantwoorde wijze
 - 6 Kunnen samenwerken aan het opzetten, uitvoeren en rapporteren van een marktonderzoek
 - 7 Praktisch relevante marketingaanbevelingen formuleren o.b.v. toegepast marketingonderzoek

Creditcontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via creditcontract gevolgd worden

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Groepswerk, Hoorcollege, Zelfstandig werk

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

- 1 Hoorcollege; Theorie lessen; Gastsprekers uit de praktijk; Response college; Feedback sessies
- 2 Begeleide zelfstudie, zelfstandig werk; studenten leren de onderzoekstechnieken (o.a. oefeningen met SPSS) zelfstandig aan in online (opgenomen) colleges.
- 3 Groepswerk: 2 groepsopdrachten
 - Groepsopdracht 1: Een interviewgids opstellen om kwalitatieve data te verzamelen.
 - Groepsopdracht 2: Kwantitatieve data analyseren en rapporteren a.d.h.v. een mondelinge presentatie.

Studiemateriaal

Geen

Referenties

De Pelsmacker, P., Van Kenhove, P. (laatste uitgave): *Marktonderzoek. Methoden en toepassingen*, Pearson Education Uitgeverij.

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Vraagstelling mogelijk tijdens de sessies of op afspraak (via email vast te leggen)

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

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

De niet-periode gebonden evaluatie omvat 2 groepsopdrachten. De opdrachten, puntenverdeling en evaluatiecriteria worden tijdens de sessies en op UFORA verder gecommuniceerd.

Na elk groepsopdracht vindt er een peer assessment plaats. De lesgever behoudt hierbij de eindbeslissing om wel of niet (alsook in welke mate) rekening te houden met de peer assessment scores bij het bepalen van de eindscore van iedere student.

Eindscoreberekening

100% niet-periodegebonden evaluatie. Er wordt een (gewogen) gemiddelde genomen van de scores die de individuele student behaalde op iedere groepsopdracht.

Faciliteiten voor werkstudenten

Mogelijkheid tot feedback via telefoon, email, of op afspraak.

Voor meer informatie omtrent flexibel studeren: <http://www.flw.ugent.be/flexibelstuderen>.

