

## Marketing (D000013)

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

**Studiepunten 4.0** **Studietijd 120 u**

**Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2024-2025**

A (semester 1)	Nederlands	Gent	hoorcollege werkcollege
----------------	------------	------	----------------------------

**Lesgevers in academiejaar 2024-2025**

Geuens, Maggie	EB23	Verantwoordelijk lesgever
----------------	------	---------------------------

**Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025**

	stptn	aanbodssessie
<a href="#">Master of Science in de bewegings- en sportwetenschappen (afstudeerrichting sportbeleid en sportmanagement)</a>	4	A

**Onderwijstalen**

Nederlands

**Trefwoorden**

Marketinganalyse, marketingstrategie, segmentatie, doelgroepkeuze en positionering, marketing mix, evaluatie van de marketingactiviteiten

**Situering**

Deze cursus heeft het verwezenlijken van een eerste en tegelijkertijd grondige kennismaking met de verschillende aspecten van een professioneel commercieel beleid als doel. Er wordt aandacht besteed aan zowel strategische als tactische aspecten: welke strategie kan een onderneming zoal volgen en hoe kan deze strategie vertaald worden in de juiste producten en diensten, de juiste communicatie, de juiste prijs en de juiste verkooplocaties om te excelleren op attractieve markten. Hiernaast wordt ook aandacht besteed aan het uitvoeren van een degelijke marketinganalyse die onontbeerlijk is voor het maken van de juiste strategische en tactische keuzes.

**Inhoud**

- Het marketingproces en marketingmanagementconcepten
- Marketinganalyse
- Bedrijfs- en marketingstrategie
- Marktsegmentatie, doelgroepbepaling en positionering
- Product- en merkenbeleid
- Prijsbeleid
- Distributiebeleid
- Marketingcommunicatie
- Evaluatie van de marketingactiviteiten

**Begincompetenties**

Geen

**Eindcompetenties**

- 1 Een grondig inzicht en kennis hebben in marketingtheorieën, modellen en technieken.
- 2 Kritisch aanwenden van marketingkennis bij het analyseren en evalueren van complexe marketingvraagstukken.
- 3 Inzicht hebben in de ontwikkeling en dynamiek van het marketingdomein.
- 4 Een marketingstrategie vertalen in een professioneel commercieel beleid.
- 5 Een persoonlijk standpunt formuleren en aanbevelingen geven bij complexe marketingproblemen.
- 6 Maatschappelijke en ethische consequenties van marketingbeslissingen evalueren.

### **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**

Werkcollege, Hoorcollege, Zelfstandig werk

### **Toelichtingen bij de didactische werkvormen**

De titularis verzorgt uiteenzettingen waarin concepten en illustraties mekaar aanvullen over de onderscheiden delen van de cursus. Ook worden diverse case studies individueel voorbereid waarna ze achteraf klassikaal bediscussieerd worden. De titularis legt grote nadruk op de structuur en samenhang van de materie. Aanvullend worden presentaties voorzien van experts uit het bedrijfsleven. Zij toetsen de concepten aan de werkelijkheid.

### **Referenties**

- Philip Kotler en Gary Armstrong (2023). Marketing, de essentie (15e editie), Pearson Education Nederland
- John Fahy, David Jobber (2022), Foundations of Marketing (7<sup>th</sup> edition), McGraw Hill

### **Vakinhoudelijke studiebegeleiding**

Van elke sessie worden handouts ter beschikking gesteld. Men kan verder een beroep doen voor de vakinhoudelijke begeleiding op een assistent en de docent.

### **Evaluatiemomenten**

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

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

Schriftelijke evaluatie met meerkeuzevragen, Schriftelijke evaluatie met open vragen

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

Schriftelijke evaluatie met meerkeuzevragen, Schriftelijke evaluatie met open vragen

### **Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie**

Werkstuk

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

Examen in de tweede examenperiode is mogelijk

### **Toelichtingen bij de evaluatievormen**

Het schriftelijk examen bestaat uit een mix van open vragen en meerkeuzevragen. Indien on-campus examen om een bepaalde reden onmogelijk is, kan het schriftelijk examen mogelijks enkel uit meerkeuzevragen bestaan.

Werkstuk omvat het doorlopen van een leerpad voor elk hoofdstuk bestaande uit het doornemen van, beantwoorden van vragen over en/of reflecteren over het hoofdstuk zelf of een artikel, gastlezing, of gevallenstudie gerelateerd met het betreffende hoofdstuk.

### **Eindscoreberekening**

De evaluatie bestaat uit een schriftelijk examen tijdens de examenperiode en het doorlopen van leerpaden tijdens het academiejaar. De score voor het doorlopen van de leerpaden staat op 2 van de 20 punten; de behaalde score op het schriftelijk examen op 18 van de 20 punten. Doorlopen van de leerpaden is niet verplicht.

### **Faciliteiten voor werkstudenten**

Werkstudenten kunnen de lesgever contacteren in geval van onduidelijkheden bij de leerstof of de cases.

### **Studiemateriaal**

Geen