

Onderzoeksmethoden in marketing: marktonderzoek (F000696)

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

Studiepunten 6.0 **Studietijd 180 u**

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2026-2027

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

Lesgevers in academiejaar 2026-2027

Slabbinck, Hendrik	EB23	Verantwoordelijk lesgever
Coucke, Nicky	EB23	Medelesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2026-2027

	stptn	aanbodsessie
Educatieve Master of Science in de economie (afstudeerrichting toegepaste economische wetenschappen)	6	A
Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Accountancy)	6	A
Master of Science in Business Economics (Double Degree) (afstudeerrichting Accountancy)	6	A
Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Corporate Finance)	6	A
Master of Science in Business Economics (Double Degree) (afstudeerrichting Corporate Finance)	6	A
Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Data Analytics)	6	A
Master of Science in Business Economics (Double Degree) (afstudeerrichting Marketing)	6	A
Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Marketing)	6	A
Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Operations Management)	6	A
Master of Science in de bedrijfseconomie (afstudeerrichting bedrijfseconomie)	6	A
Uitwisselingsprogramma Economie en Bedrijfskunde	6	A

Onderwijstalen

Engels

Trefwoorden

Marktonderzoek

Situering

Doelstelling van de cursus is inzicht verwerven in de verschillende onderzoeksmethoden die aangewend worden in marketing. De student moet na het volgen van de cursus in staat zijn om: te beoordelen of een bestaand marktonderzoek goed (betrouwbaar en valide) is uitgevoerd, zelf een marktonderzoek te plannen, de juiste methoden en technieken te kiezen, zelfstandig kunnen werken met een aantal veelgebruikte multivariate analysetechnieken. De praktijk van marktonderzoek wordt geïllustreerd door gastsprekers.

De cursus wordt georganiseerd in een geconcentreerde periode van 6 weken (weken 1-6) van het eerste semester.

Inhoud

Overzicht vaak gebruikte traditionale en innovatie marktonderzoekstechnieken, zoals

- Secundaire bronnen in marktonderzoek
- Survey research
- Konjunctmeten
- Big data & AI

Voorbeelden van toepassingen van marktonderzoekstechnieken in de praktijk

- Marktsegmentatie-onderzoek
 - Productonderzoek
 - Prijsonderzoek
 - Direct-marketing onderzoek
- Inoefenen multivariate analysemethoden (SPSS)
- Factoranalyse
 - Clusteranalyse
 - Gevorderde multiple regressie methodes
 - Multidimensional scaling
 - Multilevel analysis

Begincompetenties

Een zeer goede basiskennis van methodologie

- onderzoeksplan, gegevensverzamelingsmethoden, steekproeftrekking,
- goede kennis univariate statistiek (T-testen, Chi² analyse),
- basiskennis multivariate technieken (OLS regressie en Anova)
- basiskennis SPSS: werken met variabelen (compute, recode, fliter, ...), werken met syntax

Eindcompetenties

- 1 Uitvoeren van een kwaliteitsvol marktonderzoek
- 2 Beoordelen van een marktonderzoek op betrouwbaarheid en validiteit
- 3 Interpretieren van statistische output van multivariate analysemethoden
- 4 Verwerven van een kritische ingesteldheid inzake zijn/haar leerproces en dat van zijn/haar medestudenten en zijn/haar groep
- 5 Ontwikkelen van een actieve leerhouding waarbij op een zelfstandig niveau en in groep gewerkt wordt naar de juiste oplossing van een probleemstelling
- 6 Verwerven van een basiskennis van big datatoepassingen en nieuwe trends in marktonderzoek

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

Werkcollege, Hoorcollege

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Dit vak wordt gedoceerd in blok 1 (weken 1-6) van het eerste semester
 Colleges over de belangrijkste kernelementen per hoofdstuk
 Voorbereiding van de overige elementen door de student tegen elke volgende les
 Oefeningen in de les (met behulp van SPSS en/of R)
 Groepswerk omtrent toepassingen van multivariate statistiek met SPSS:
 Probleemgestuurd leren: zie blokboek bij de cursus;
 groepswerk rond innovatie: Probleemgestuurd leren: zie blokboek bij de cursus.

Studiemateriaal

Type: Slides

- Naam: alle slides die bij de lessen horen
- Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
- Optioneel: nee
- Taal : Engels
- Beschikbaar op Ufora : Ja

Referenties

P. De Pelsmacker en P. Van Kenhove, Marktonderzoek.
 Methoden en toepassingen, Pearson Education, meest recente editie.

W. Janssens, K. Wijnen, P. De Pelsmacker en P. Van Kenhove: Market Research with SPSS, Pearson Education, 2008

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Men kan een beroep doen voor de vakinhoudelijke begeleiding op de docenten en assistent en de pedagogisch medewerkster. Interactieve sessies omtrent SPSS

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

Mondelinge evaluatie, Participatie, Peer en/of self assessment, Schriftelijke evaluatie, 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 evaluatie van deze cursus gebeurt volledig via permanente evaluatie en bestaat uit volgende onderdelen (1) schriftelijk examen (2) participatie en inzet tijdens supervisies en tutorials, en (3) groepswerk met peer assessment.

Bij de aanvang van de cursus dienen alle studenten hun basiscompetenties (werken met data in SPSS, werken met syntax, univariate testen, basis multivariate testen) aan de hand van zelf-evaluatie toets te testen. Van studenten die niet slagen wordt verwacht dat ze zichzelf bijscholen.

Studenten dienen aanwezig te zijn gedurende tutorials, lessen en activiteiten van gastsprekers, supervisies en case discussies. Niet deelnemen aan verplichte activiteiten (vb. zelf-evaluatie) en/of afwezigheid zonder geldige gegronde reden, leidt tot niet slagen. Geldige afwezigheid dient steeds op voorhand te worden doorgegeven aan de discussieleider, de docent en/of de pedagogisch medewerker.

Eindscoreberekening

Niet-periodegebonden evaluatie:

100% niet-periodegebonden evaluatie.

50% individuele schriftelijke ondervraging over de nieuw aangeleerde onderzoekstechnieken en theoretische lessen, met nadruk op interpretatie van statistische output.

35% Groepswerken met correctie peer assessment

15% Supervisies & Tutorials

De lesgever behoudt steeds de eindverantwoordelijkheid bij de peer evaluatie en eindscoreberekening.

Studenten dienen geslaagd te zijn voor alle drie de onderdelen. Indien de som hoger is dan 10/20, wordt het eindcijfer herleid naar het hoogst niet-geslaagde cijfer, nl. maximaal 9/20.

De punten voor supervisie & tutorial en het groepswerk worden behouden in tweede zitting en kunnen niet hernomen worden. Enkel het examen (50%) kan hernomen worden in tweede zitting.

Faciliteiten voor werkstudenten

Werkstudenten dienen zich voor de eerste les aan te melden bij de verantwoordelijke lesgever. Problem based learning sessies verplicht meevolgen