

## Industriële marketing (F000699)

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

**Studiepunten 6.0** **Studietijd 180 u**

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

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

**Lesgevers in academiejaar 2024-2025**

Muylle, Steve	EB23	Verantwoordelijk lesgever
---------------	------	---------------------------

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

	stptn	aanbodsessie
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Data Analytics)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (Double Degree) (afstudeerrichting Finance)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Finance)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (Double Degree) (afstudeerrichting Operations Management)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Operations Management)</a>	6	A
<a href="#">Uitwisselingsprogramma Economie en Bedrijfskunde</a>	6	A

**Onderwijstalen**

Engels

**Trefwoorden**

Marketing en industriële markten, marktprocessen

**Situering**

De cursus is gesitueerd teneinde studenten de theoretische, conceptuele, en pragmatische basisbegrippen evenals gevorderde inzichten inzake business-to-business marketing aan te leren.

**Inhoud**

De cursus is gestructureerd middels drie kernprocessen in industriële markten: begrijpen, creëren, en opleveren van waarde. Klantenwaarde wordt als de hoeksteen van business-to-business marketing beschouwd met bedrijfsprocessen aan de basis. Specifieke aandacht gaat uit naar market segmentation, customer value management, building customer value models, understanding customer firms, constructing flexible market offerings, pricing, brand architectures, business channel management, and the use of digital technologies as well as data analytics applications in business markets.

**Begincompetenties**

Inleiding tot marketing.

**Eindcompetenties**

- 1 Kennis verwerven van de elementaire processen die bedrijven toelaten klantenwaarde te begrijpen, te creëren en op te leveren.
- 2 Verrichten van klantenwaardebepalingen.
- 3 Formuleren van realistische oplossingen voor gevallenstudies in industriële marketing.
- 4 Toepassen van de theoretische, conceptuele, en pragmatische begrippen en inzichten bij bedrijven.

**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**

Groepswerk, Werkcollege, Hoorcollege, Zelfstandig werk

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

Elk van de onderscheiden thema wordt vanuit zowel een theoretisch als een bedrijfsgericht perspectief behandeld via de integratie van theorie, best practices, actieve klasparticipatie en discussie, gevallenstudies, en een praktijkgericht groepswerk. De gevallenstudies worden zowel in het werkcollege, als in de groepswerken uitgewerkt.

#### **Referenties**

Referenties naar verscheidene internationale wetenschappelijke artikelen vervolledigen het leermateriaal.

#### **Vakinhoudelijke studiebegeleiding**

Uitwerken van case studies en actieve klasdiscussies inzake leerlessen en -materiaal. Actieve begeleiding van gezamenlijk groepswerk.

#### **Evaluatiemomenten**

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

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

Schriftelijke evaluatie met open vragen

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

Schriftelijke evaluatie met open vragen

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

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-periodegebonden evaluatie bestaat uit het oplossen van drie cases in groep evenals het uitvoeren van een praktijkgroepswerk.  
Het schriftelijk examen bestaat uit een probleemdefinitie inzake een specifieke bedrijfsvoering in een industriële markt. Het examen is open boek.

#### **Eindscoreberekening**

Periodegebonden evaluatie (50%)  
Niet-periodegebonden evaluatie (50%): Cases (15%); Praktijkgroepswerk (35%)  
Peer assessmentscores maken deel uit van de totale evaluatie.

#### **Faciliteiten voor werkstudenten**

Het groepswerk kan in aangepaste vorm individueel gemaakt worden.

#### **Studiemateriaal**

Geen