

Marketing management (F000768)

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

Studiepunten 6.0

Studietijd 180 u

Contacturen

45.0u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2022-2023

A (semester 1)

Nederlands

Gent

online hoorcollege

0.0u

hoorcollege

30.0u

online werkcollege

0.0u

online hoorcollege: plenaire

0.0u

oefeningen

werkcollege

5.0u

hoorcollege: plenaire

10.0u

oefeningen

Lesgevers in academiejaar 2022-2023

Geuens, Maggie

EB23

Verantwoordelijk lesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2022-2023

stptn

aanbodssessie

Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting Arabistiek en islamkunde)

6

A

Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting China (China-traject))

6

A

Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting China (UGent-traject))

6

A

Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting India)

6

A

Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting Japan)

6

A

Bachelor of Arts in de kunstwetenschappen

6

A

Bachelor of Science in de sociologie

6

A

Educatieve Master of Science in de wetenschappen en technologie (afstudeerrichting chemie)

6

A

Master of Science in Chemistry (afstudeerrichting (Bio)Organic and Polymer Chemistry)

6

A

Master of Science in Chemistry (afstudeerrichting Analytical and Environmental Chemistry)

6

A

Master of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting China)

6

A

Master of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting India)

6

A

Master of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting Japan)

6

A

Master of Science in Chemistry (afstudeerrichting Materials and Nano Chemistry)

6

A

Master of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting Midden-Oostenstudies)

6

A

Master of Science in Biochemistry and Biotechnology

6

A

Master of Science in Biology

6

A

Master of Science in de fysica en de sterrenkunde

6

A

Master of Science in de geologie

6

A

Master of Science in de informatica

6

A

Master of Science in de verpleegkunde en de vroedkunde

6

A

Postgraduaat Innoverend Ondernemen voor Ingenieurs

6

A

Postgraduaat Innoverend Ondernemen voor Ingenieurs – Foundations

6

A

Vorbereidingsprogramma tot Master of Science in de bedrijfseconomie (afstudeerrichting bedrijfseconomie)

6

A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Strategische planning, concurrentie-analyse, aankoopgedrag, segmentatie en positionering, marketing mix, controle 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 onderzoeksmethodes die kunnen bijdragen tot het maken van de juiste strategische en tactische keuzes.

Inhoud

- Het marketingproces en marketingmanagementconcepten
- Bedrijfs- en marketingstrategie
- Marketingomgeving
- Koopgedrag van consumenten en bedrijven
- Marktsegmentatie, doelgroepbepaling en positionering
- Producten, diensten en merkenstrategie
- Prijsbeleid
- Distributiebeleid
- Marketingcommunicatie

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

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is open: de student houdt zelf rekening met voorkennis uitgedrukt in begincompetenties

Examencontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via examencontract is open

Didactische werkvormen

Hoorcollege: plenaire oefeningen, Online hoorcollege: plenaire oefeningen, Online werkcollege, Online hoorcollege, Werkcollege, Hoorcollege

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 klassikaal bediscussieerd. 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.

Leermateriaal

- Philip Kotler en Gary Armstrong (2019). Marketing, de essentie (14e editie), Pearson Education Nederland, ISBN 9789043036535.

(Goedgekeurd)

- Sprekersnotities: <https://ufora.ugent.be>
- Case studies

Geraamde totaalprijs: 15 EUR voor cases, 60 EUR voor handboek indien men dit wenst aan te kopen (niet verplicht)

Referenties

- J. Fahy, D. Jobber, (2019), Foundations of Marketing (6de ed.), McGrawHill.
- Svend Hollensen (2017), Global Marketing, 7th edition, Pearson Education.

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

Schriftelijk examen

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijk examen

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Participatie

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 onmogelijk is door bv. COVID-19 kan het schriftelijk examen mogelijks enkel uit meerkeuzevragen bestaan. Participatie behelst 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 een leerpad tijdens het academiejaar. De score voor het doorlopen van het leerpad staat op 2 van de 20 punten; de behaalde score op het schriftelijk examen op 18 van de 20 punten. Doorlopen van het leerpad is niet verplicht.

Faciliteiten voor werkstudenten

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