

## Retailmanagement (F710236)

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

**Studiepunten 3.0** **Studietijd 90 u**

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

A (semester 2) Nederlands Gent hoorcollege

**Lesgevers in academiejaar 2024-2025**

Verstraeten, Julie EB23 Verantwoordelijk lesgever

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

[Bachelor of Science in de handelswetenschappen](#) **stptn** **aanbodssessie**  
3 A

**Onderwijstalen**

Nederlands

**Trefwoorden**

Retail, Distributie, Marketing, Strategische besluitvorming

**Situering**

In deze basiscursus verwerven studenten inzicht in de basisconcepten (d.w.z. de terminologie binnen Retailmanagement), strategieën (d.w.z. verschillende bedrijfsmodellen) en processen in Retail, en in de besluitvorming waar hedendaagse retailers mee geconfronteerd worden. We zullen zowel de besluitvorming op het hogere niveau bekijken alsook de beslissingen die retailers nemen met betrekking tot wat er in hun winkels gebeurt. Tot slot, hebben we ook aandacht voor de meest recente trends in Retail en bekijken we zowel nationale als internationale voorbeelden.

**Inhoud**

- (1) Functies, formaten en spelers in de detailhandel
- (2) Strategische marketing in de detailhandel
- (3) Inkoopbeslissingen in Retail
- (4) Logistiek in Retail
- (5) Fuurzaamheidsinitiatieven in Retail
- (6) Retailmarketingmix
  - Winkellocatie
  - Assortimentsbeheer / Categorie Management
  - Prijszetting
  - Marketing in de winkel; Winkelontwerp en lay-out; Promotie beslissingen

**Begincompetenties**

Basiskennis 'Marketing Management' is aangeraden.

**Eindcompetenties**

- 1 Kennis hebben van de terminologie en de processen (bijv. inkoop, logistiek) in Retail management
- 2 De verschillende strategieën (d.w.z. verschillende bedrijfsmodellen) die er zijn binnen Retail begrijpen
- 3 Inzicht hebben in de Retail Marketing Mix (d.w.z. Product-, Plaats-, Prijs-, en Promotie-beslissingen)
- 4 Reflecteren over de beslissingen op hoger en lager niveau waar retailers mee geconfronteerd worden
- 5 Strategisch (1) evalueren van situaties en (2) beslissingen maken in de context van Retail management

**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, Zelfstandig werk

#### **Vakinhoudelijke studiebegeleiding**

Vraagstelling mogelijk tijdens en na de sessies.

#### **Evaluatiemomenten**

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

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

Niet van toepassing

#### **Toelichtingen bij de evaluatievormen**

Schriftelijk examen met meerkeuzevragen en open vragen

Voor de meerkeuzevragen wordt er gewerkt met hogere cesuur; de student dient dus meer dan de helft van de meerkeuzevragen juist te beantwoorden om 50% van de punten te behalen op het gedeelte van de meerkeuzevragen.

#### **Eindscoreberekening**

Om de eindscore te bepalen wordt de score die behaald werd op de open vragen opgeteld bij de score die behaald werd op de meerkeuzevragen.

#### **Faciliteiten voor werkstudenten**

Werkstudenten hebben de mogelijkheid om op afspraak vragen te stellen over de leerstof.

#### **Studiemateriaal**

Geen