

Marktonderzoek (F710304)

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

Studiepunten 3.0 **Studietijd 90 u**

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2026-2027

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

Lesgevers in academiejaar 2026-2027

Slabbinck, Hendrik	EB23	Verantwoordelijk lesgever
--------------------	------	---------------------------

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2026-2027

	stptn	aanbodsessie
Educatieve Master of Science in de economie (afstudeerrichting handelswetenschappen)	3	A
Master of Science in de handelswetenschappen (afstudeerrichting commercieel beleid)	3	A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Statistiek, Onderzoek, Marketing, Verkoop

Situering

Dit opleidingsonderdeel heeft tot doel de studenten te leren hoe een marktonderzoek (gegevensverzameling, - verwerking en -interpretatie) op te zetten, correct uit te voeren, te analyseren en te evalueren.

Inhoud

Aanleren van kwantitatieve onderzoekstechnieken

- factoranalyse
- Anova-analyses
- Gevorderde regressie analyses (inclusief mediatie en moderatie, logistische regressie)

Naast leren analyseren wordt er veel aandacht besteedt aan interpreteren en rapporteren van statistische output (naar verschillende doelpublieken)

Begincompetenties

Goede kennis van algemene onderzoeksvaardigheden (steekproeftrekking, opstellen vragenlijsten en interviewgids, meetniveau's, betrouwbaarheid en validiteit, ...) en univariate technieken (descriptives, t-test, chi²-test, univariate regression) is absoluut noodzakelijk.

Eindcompetenties

- 1 Een algemeen bedrijfs- of onderzoeksprobleem correct vertalen naar specifieke onderzoeksvragen
- 2 De juiste onderzoekstechniek kunnen kiezen om bedrijfsproblemen op te lossen
- 3 De aangeleerde onderzoekstechnieken correct uitvoeren en interpreteren.
- 4 Een gefundeerd antwoord kunnen formuleren op onderzochte bedrijfsproblemen
- 5 Statistische/technische output vertalen naar klare/begrijpbare taal, aangepast aan het doelpubliek (vb. academisch vs professioneel publiek)

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

Hoorcolleges waarbij methoden worden uitgelegd en gedemonstreerd
Oefeningenlessen waarbij studenten in les data analyseren met behulp van SPSS.
Oefeningen dienen in thuis voorbereid te worden (in kleine groepen)

Studiemateriaal

Type: Slides

Naam: alle slides die bij de lessen horen
Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
Optioneel: nee

Referenties

De Pelsmacker, P., Van Kenhove, P. (laatste uitgave): Marktonderzoek. Methoden en toepassingen, Pearson Education Uitgeverij.

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Vraagstelling mogelijk tijdens de sessies , via e-mail, of op afspraak.

Evaluatiemomenten

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijke evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijke evaluatie

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Participatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is niet mogelijk

Toelichtingen bij de evaluatievormen

Niet periodegebonden: schriftelijk examen (op pc)
Periodegebonden:
- deelname aan het academische onderzoek
- voorbereiding en participatie aan oefeningenlessen

Eindscoreberekening

niet periodegebonden: 19/20 punten
periodegebonden:
- deelname academisch onderzoek: 1/20 punten
- onvoldoende voorbereiding en/of participatie kan aanleiding geven tot een negatieve correctie