

## Marktonderzoek (F710304)

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

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

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

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

**Lesgevers in academiejaar 2024-2025**

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

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

	stptn	aanbodsessie
<a href="#">Educatieve Master of Science in de economie (afstudeerrichting handelswetenschappen)</a>	3	A
<a href="#">Master of Science in de handelswetenschappen (afstudeerrichting commercieel beleid)</a>	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 met behulp van SPSS

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

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, chi<sup>2</sup>-test, univariate regression) is absoluut noodzakelijk. Basiskennis SPSS is eveneens vereist.**

**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 mits gunstige beoordeling van de competenties

**Examencontractvoorwaarde**

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

**Didactische werkvormen**

Werkcollege, Hoorcollege

### **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 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**

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

Niet van toepassing

### **Toelichtingen bij de evaluatievormen**

Schriftelijk examen (op pc)

### **Eindscoreberekening**