

	Opleiding	Postgraduaat Marketingmanagement
	Academiejaar	2019-2020
	Opleidingsonderdeel	Marketing business game
	Studiepunten	4
	Taal	Nederlands
	Verplicht/facultatief	Verplicht

1 Verwachte aanvangscompetenties

a. De algemene toelatingsvoorwaarden zijn beschreven in de onderwijs- en examenregeling.

Om dit (opleidingsonder-)deel in optimale omstandigheden aan te vatten, is het aangewezen dat de student de kennis, vaardigheden en attitudes, aangeleerd in de volgende (delen van) opleidingsonderdelen van de opleiding actief kan inzetten.

- Marketingconcepten
- Marketingstrategie
- Marketing-mix instrumenten
- Presentatietechnieken

b. De docent wenst ook de aandacht te vestigen op het belang van de volgende aanvangscompetenties: basics marketing

2 Doelstellingen

Plaats van het (opleidingsonder)deel in de opleiding: Zie [programmastructuur](#)

Na het verwerven van de nodige basisinzichten in marketing en communicatie, worden de marketing- en communicatieconcepten concreet toegepast in een *learning marketing game*.

a. Competenties uit het competentieprofiel en geëvalueerde competentieniveau: /

b. Kerndoelen van het (opleidingsonder)deel:

- Studenten inzicht verschaffen hoe het er in het bedrijfsleven aan toe gaat en hen voeling laten krijgen over het nemen van beslissingen die in het kader van het commercieel beleid van een onderneming moeten genomen worden (prijs, distributie en promotie, personeel, productontwikkeling, marktonderzoek, ...).
- Hands-on toepassing van kwantitatieve beslissingsmethoden: o.a. optimale prijszetting met behulp van rekenbladen.
- Ervaren hoe de budgetten over de verschillende marketing-mix instrumenten verdeeld kunnen worden in functie van een uitgewerkte bedrijfsstrategie.
- Integreeren van marketingconcepten.
- Uitwerken, opvolgen en uitvoeren van een marketingplan.
- Kunnen werken in teamverband.

- Marketingstrategisch kunnen redeneren en gepaste marketingbeslissingen kunnen nemen op basis van kwantitatieve informatie.
- *Learning experience* met begeleiding van een marketingcoach.

WETEN HOE EN WAAROM: kennis opzoeken, actualiseren; verworven kennis aanwenden in eenvoudige, cognitieve opdrachten.

TONEN HOE: begeleidde zelf- en team-reflectie en ervaringsleren; leren handelen in (gesimuleerde) praktijksituaties

3 Leerinhouden

- Commercieel budgetteren: kwantitatieve beslissingsmethoden voor marketeers (voorbereidende sessie voor het learning marketing game).
- Marketing business game: inleiding, teamvorming, briefing, coaching, spelrondes.
- Management *reporting* en teampresentaties met bespreking van de ondernemingsprestaties.

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

<input type="checkbox"/>	Hoorcollege
<input type="checkbox"/>	Werkcollege
<input checked="" type="checkbox"/>	Interactief onderwijsleergesprek
<input checked="" type="checkbox"/>	Oefensessies (practica)
<input type="checkbox"/>	Cases
<input checked="" type="checkbox"/>	Coachingssessies
<input type="checkbox"/>	Feedbacksessies

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	4
Contacturen	21
Studeertijd en examens	110
Overzicht opdrachten	Deelname Marketing business game. De deelnemers maken een voorbereidend marketingplan en na afloop een management rapport.

¹ Definitie 'Studiepunt': Een studiepunt wordt gebruikt om de studieomvang van elke opleiding of elk opleidingsonderdeel uit te drukken. Het is een internationaal aanvaarde eenheid die overeenstemt met tussen 25 en 30 uren voorgeschreven onderwijs-, leer- en evaluatieactiviteiten.

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

- Voor het groepsproject wordt gewerkt in groepjes van drie à vier studenten.
- De deelname aan het business game wordt door de coach geobserveerd tijdens de opeenvolgende spelrondes.
- Er wordt na afloop van de simulaties een teampresentatie gegeven voor de groep en de docent + het opstellen van een (team)paper, dit wordt gequoteerd.
- Daarnaast wordt een peer-evaluatie gemaakt door de deelnemende studenten.

Puntenverdeling:

- Game-evaluatie punten is goed voor 15 punten van de 20.
- Peer evaluatie/peer assessment is goed voor 5 punten van de 20, op basis van een template; deze individuele score beïnvloedt dus de eindscore.

b. Tweede zittijd

Alternatieve werkopdracht

7 Studiemateriaal

Verplicht studiemateriaal

Syllabi van de gastdocenten Johan Vanhaverbeke & Penelope Schoutteet.

Curstekst: informatiebundel en werkboek Pulvinar Business Game (voordien grondig door de studenten individueel te bestuderen)

Didactisch materiaal:

- Marktgericht ondernemen: toegepast – Het Pulvinar marketinggame, Johan Vanhaverbeke en Lieselot Vanhaverbeke, Intersentia Educatief, 2012.
- Het gebruik van een persoonlijke laptop (met Office pakket) is aan te bevelen.
- Presentatiebundel 'kwantitatieve beslissingsmethoden voor marketeers'; L. Vanhaverbeke
- Rekenbladbestand met case study "Optimale prijszetting"

Aanbevolen literatuur

- Literatuurlijsten in de syllabi van de gastdocenten.
- Marketing toegepast: Klant- en Marktgericht Ondernemen; Johan Vanhaverbeke m.m.v. Madeleine Janssens en Sarah Steenhaut – Intersentia Educatief, 2017.
- 'Commerciële budgettering toegepast', Johan Vanhaverbeke en Lieselot Vanhaverbeke, Intersentia Educatief, 2017.

8 Flexibiliteit*n.v.t.*