

|   |                       |   |
|---|-----------------------|---|
|  | Opleiding             | <b>Postgraduaat Marketingmanagement</b> |
|   | Academiejaar          | <b>2019-2020</b>                        |
|   | Opleidingsonderdeel   | <b>Marketingconcepten</b>               |
|   | Studiepunten          | <b>6</b>                                |
|   | Taal                  | <b>Nederlands</b>                       |
|   | Verplicht/facultatief | <b>Verplicht</b>                        |

**Delen****Studiepunten**

|   |   |
|---|---|
| Marketing basics (boek) en - planning   | 4 |
| Portfoliomanagement / marketing metrics | 2 |

**1****Verwachte aanvangscompetenties**

- a. De algemene toelatingsvoorwaarden zijn beschreven in de onderwijs- en examenregeling.*
- b. De docent wenst ook de aandacht te vestigen op het belang van de volgende aanvangscompetenties: /*

**2****Doelstellingen**

- a. Plaats van het (opleidingsonder)deel in de opleiding:*  
De colleges reiken een actueel en bedrijfsgerichte marketing 'denken en doen' aan – het vormt de fundamentele voor de volledige opleiding  
Zie [programmastructuur](#)
- b. Competenties uit het competentieprofiel en geëvalueerde competentieniveau: /*
- c. Kerndoelen van het (opleidingsonder)deel:*
- Het marketing 'denken en doen' vanuit een bedrijfseconomische context begrijpen en uitleggen
  - De kernelementen en –concepten van marketing begrijpen en kunnen toelichten
  - Het marketingvakjargon en marketingconcepten kunnen gebruiken in concrete situaties
  - Verwerven van inzichten in de context van bedrijfsstrategie
- WETEN: basiskennis verwerven marketing
- WETEN HOE EN WAAROM: kennis opzoeken, actualiseren; verworven kennis aanwenden in eenvoudige, cognitieve opdrachten

**3****Leerinhouden**

- *Marketing basics - boek*
- *Marketingplanning*
- *Portfoliomanagement*
- *Marketing metrics*

## 4

### Leertrajecten en onderwijsmethoden

- Hoorcollege**
- Werkcollege**
- Interactief onderwijsleergesprek**
- Oefensessies** (in teams van 3 à 4 studenten)
- Cases**
- Coachingsessies**
- Feedbacksessies**

## 5

### Studie- en verwerktijd

|                                  |                         |
|----------------------------------|-------------------------|
| <b>Studiepunten<sup>1</sup>:</b> | 6                       |
| <b>Contacturen:</b>              | 23                      |
| <b>Studeertijd en examens:</b>   | 155                     |
| <b>Overzicht opdrachten:</b>     | Tussentijdse opdrachten |

## 6

### Evaluatiemodaliteiten

#### a. Eerste zitting

Om te kunnen deelnemen aan de examens van het OOD Marketingconcepten zijn de studenten verplicht de bovenstaande opdrachten concreet uit te voeren.

De evaluatie van het OOD Marketingconcepten bestaat uit twee delen:

- een individueel schriftelijk examen (gesloten boek) van het gedeelte Marketing basics (boek) en -planning. Dit is het zogenaamde overkoepelend marketingexamen ("olympisch minimum") met inzichts-, toepassings-, verduidelijkingen en meerkeuzevragen
- schriftelijke examenopdracht over het gedeelte portfoliomanagement / Marketing metrics

#### b. Tweede zitting

De evaluatie van het OOD Marketingconcepten bestaat uit twee delen:

<sup>1</sup> 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.

- een individueel schriftelijk examen (gesloten boek) van het gedeelte Marketing basics (boek) en –planning. Dit is het zogenaamde overkoepelend marketingexamen (“olympisch minimum”) met inzichts-, toepassings-, verduidelijkings- en meerkeuzevragen.
- Een opdracht m.b.t. Portfoliomanagement & Marketing metrics.

## 7

### Studiemateriaal

#### a. Verplicht studiemateriaal

- Handboek: VANHAVERBEKE Johan m.m.v. JANSSENS Madeleine en Sarah Steenhaut, - Marketing toegepast - Intersentia, 2017, derde editie
- Cursusteksten: Marketing Metrics, Portfoliomanagement, Concurrentieanalyse en Bedrijfsstrategie: J.A.M. Vanhaverbeke

#### b. Aanbevolen studiemateriaal : /

## 8

### Flexibiliteit

*n.v.t.*