

	Opleiding	Postgraduaat Marketingmanagement
	Academiejaar	2019-2020
	Opleidingsonderdeel	Marktonderzoek
	Studiepunten	5
	Taal	Nederlands
	Verplicht/facultatief	Verplicht

Delen**Studiepunten**

	Theorie Marktonderzoek	2
	Marktonderzoeksproject	3

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:** Zie [programmastructuur](#)
- b. Competenties uit het competentieprofiel en geëvalueerde competentieniveau: /**
- c. Kerndoelen van het (opleidingsonder)deel:**

Inzicht hebben in welke analyse techniek geschikt is om vragen bij een bepaald marktonderzoeksprobleem te beantwoorden.

In het kader van een concrete onderzoeksvraag in verband met marktonderzoek de gepaste analyse techniek kunnen toepassen met SPSS, de resultaten van de analyse op een correcte wijze kunnen interpreteren, en een helder en bondig antwoord kunnen formuleren op de onderzoeksvraag.

Recente evoluties in marktonderzoek kunnen duiden, de resultaten van de analyse op een correcte wijze kunnen interpreteren.

Een marktonderzoek of delen daarvan opstellen, uitvoeren, resultaten interpreteren en advies verlenen.

3 Leerinhouden

- *Kwalitatief marktonderzoek*
- *Kwantitatief marktonderzoek*
- *Consumentengedrag*
- *Theorie, briefing, coaching en presentatie marktonderzoeksproject*

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

- Hoorcollege
- Werkcollege
- Interactief onderwijsleergesprek
- Oefensessies
- Cases
- Coachingssessies
- Feedbacksessies

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	5
Contacturen	18
Studeertijd en examens	110
Overzicht opdrachten	Marktonderzoek - PROJECT

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

De evaluatie van het OOD marktonderzoek bestaat uit twee delen: een individueel schriftelijk examen en de presentatie van het groepsproject.

- Het individueel schriftelijk examen bevraagt al de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel marktonderzoek via kennis-, inzichts- en toepassingsvragen.
- Voor het groepsproject wordt gewerkt in groepjes van een 6-tal studenten.

Het doel van dit project is het verrichten van een uitgebreid marktonderzoek (zowel kwalitatief als kwantitatief) in opdracht van een opdrachtgever (bestaand bedrijf of organisatie). Het bepalen van de juiste steekproef, het opstellen van de gespreksgids en/of vragenlijst en het voeren van diepte-interviews, modereren van groepsdiscussies en afnemen van interviews zijn enkele van de taken die de studenten moeten uitvoeren.

Tijdens de presentatie (eind april) stelt iedere groep voor een jury van een drietal juryleden een concreet marktonderzoeksproject voor. Dit aan de hand van een PowerPointpresentatie. Een ingebonden paper (rapport met de resultaten van het onderzoek, aanbevelingen, highlights, bevindingen en conclusies) wordt op de dag van de presentatie afgegeven in drie exemplaren, samen met een afdruk van de PowerPointpresentatie, en een digitale versie met alle gegevens erop: zowel de paper, de PowerPointpresentatie, SPSS dataset, ...

Elke groep krijgt in principe een groepsquotatie. Wanneer echter blijkt dat een groepslid (of meerdere groepsleden) een duidelijk onderscheiden inbreng leverde(n), zowel positief als

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.

negatief, kan voor de betrokkene(n) deze groepsquotatie worden aangepast. Hierdoor is het mogelijk dat een groepslid dat onvoldoende presteerde niet slaagt voor het project.

b. Tweede zittijd

- Schriftelijk examen
- Project: alternatieve opdracht in overleg met de gastdocent

7 Studiemateriaal

a. Verplicht studiemateriaal

Boek " Marktonderzoek, hoe pak je het zelf aan? " Ann Jacques & Hilde Walravens
Syllabi van de gastdocenten Jean-Pierre Poppe, Madeleine Janssens en Dries Dekeukeleire

b. Aanbevolen studiemateriaal

Literatuurlijsten in de syllabi van de gastdocenten.

Handboek Marketing: Klant- en Marktgericht Ondernemen – Hoofdstuk 5 Marketingresearch.
Johan Vanhaverbeke, Madeleine Janssens en Sarah Steenhaut – Intersentia, 2017.

Overig didactisch materiaal: /

8 Flexibiliteit

n.v.t.