



## Onderzoeksmethoden in marketing: marktonderzoek (F000696)

Wegens Covid19 kan mogelijk afgeweken worden van de onderwijs- en evaluatievormen. Dergelijke afwijkingen zullen via Ufora worden gecommuniceerd.

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

Studiepunten 6.0      Studietijd 180 u      Contacturen 55.0 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021

A (semester 1)	Engels	Gent		
			integratieseminarie	8.75 u
			hoorcollege	11.25 u
			PGO-tutorial	10.0 u
			werkcollege: PC- klasoefeningen	20.0 u
			project	5.0 u

Lesgevers in academiejaar 2020-2021

Van Kenhove, Patrick	EB23	Verantwoordelijk lesgever
Huyghe, Elke	EB23	Medelesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021

	stptn	aanbodsessie
<a href="#">Educatieve Master of Science in de economie (afstudeerrichting toegepaste economische wetenschappen)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Accountancy)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Corporate Finance)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Data Analytics)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Economics (afstudeerrichting Marketing)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Operations Management)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in de bedrijfseconomie (afstudeerrichting bedrijfseconomie)</a>	6	A
<a href="#">Uitwisselingsprogramma Economie en Bedrijfskunde</a>	6	A

Onderwijstalen

Engels

Trefwoorden

Marktonderzoek

Situering

Doelstelling van de cursus is inzicht verwerven in de verschillende onderzoeksmethoden die aangewend worden in marketing. De student moet na het volgen van de cursus in staat zijn om: te beoordelen of een bestaand marktonderzoek goed (betrouwbaar en valide) is uitgevoerd, zelf een marktonderzoek te plannen, de juiste methoden en technieken te kiezen, zelfstandig kunnen werken met een aantal veelgebruikte multivariate analysetechnieken. De praktijk van marktonderzoek wordt geïllustreerd door een 5-tal gastsprekers.

Dit opleidingsonderdeel wordt geconcentreerd gegeven in een periode van 6 weken. Dit vak wordt gedoceerd in blok (weken 1-6) van het eerste semester.

Inhoud

- Secunaire bronnen in marktonderzoek (Nielsen, GfK)
- Marketing Informatie Systemen

- Factoranalyse
- Clusteranalyse
- Multiple regressie
- Multidimensional scaling
- Konjunktmeten
- Marktsegmentatie-onderzoek
- Productonderzoek
- Prijsonderzoek
- Direct-marketing onderzoek
- SPSS inoefenen multivariate analysemethoden

#### Begincompetenties

Een zeer goede basiskennis van methodologie (onderzoeksplan, gegevensverzamelingsmethoden, steekproeftrekking, univariate statistiek)

#### Eindcompetenties

- 1 Uitvoeren van een kwaliteitsvol marktonderzoek
- 2 Beoordelen van een marktonderzoek op betrouwbaarheid en validiteit
- 3 Interpreteren van Nielsen en GFK-data
- 4 Interpreteren van multivariate analysemethoden (oa SPSS)
- 5 Verwerven van een kritische ingesteldheid inzake zijn/haar leerproces en dat van zijn/haar medestudenten en zijn/haar groep
- 6 Ontwikkelen van een actieve leerhouding waarbij op een zelfstandig niveau en in groep gewerkt wordt naar de juiste oplossing van een probleemstelling

#### 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

Hoorcollege, integratieseminarie, PGO-tutorial, project, werkcollege: PC-klasoefeningen

#### Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Dit vak wordt gedoceerd in blok 1 (weken 1-6) van het eerste semester  
 Colleges over de belangrijkste kernelementen per hoofdstuk  
 Voorbereiding van de overige elementen door de student tegen elke volgende les  
 Oefeningen in de les  
 Groepswerk omtrent toepassingen van multivariate statistiek met SPSS:  
 Probleemgestuurd leren: zie blokboek bij de cursus;  
 groepswerk Nielsen case: Probleemgestuurd leren: zie blokboek bij de cursus.

#### Leermateriaal

Handboek: P. De Pelsmacker en P. Van Kenhove, Marktonderzoek. Methoden en toepassingen, Pearson Education, Vijfde editie, 2019.  
 Slides bij de cursus via Ufora.  
 Optioneel: W. Janssens, K. Wijnen, P. De Pelsmacker en P. Van Kenhove: Market Research with SPSS, Pearson Education, 2008  
 Geraamde totaalprijs: 60 EUR

#### Referenties

#### Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Men kan een beroep doen voor de vakinhoudelijke begeleiding op de docenten en assistent (Laura De Kerpel) en de pedagogisch medewerkster (Fanny Buyschaert). Interactieve sessies omtrent SPSS

#### Evaluatiemomenten

niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Schriftelijk examen, mondeling examen, participatie, werkstuk, peer-evaluatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is mogelijk

## Toelichtingen bij de evaluatievormen

### Schriftelijk en mondeling

De evaluatie van deze cursus gebeurt via permanente evaluatie en bestaat uit volgende onderdelen (1) mondeling examen met schriftelijke voorbereiding, (2) participatie en (3) werkstuk en peer assessment.

Studenten dienen aanwezig te zijn gedurende tutorials, supervisies en case discussies. Afwezigheid zonder geldige gegronde redenen, leidt tot niet slagen. Geldige afwezigheid dient steeds op voorhand te worden doorgegeven aan de discussieleider, de docent en de pedagogisch medewerker.

## Eindscoreberekening

### **Niet-periodegebonden evaluatie:**

30% individuele mondelinge ondervraging (met schriftelijke voorbereiding) over beide cases, de statistische technieken (factoranalyse, clusteranalyse, MDS en correspondentie-analyse, regressie-analyse) en de gastsprekers.

70% waarvan:

- 35% Groepswerk 1 Nielsen (waarvan 40% actieve en relevante medewerking, inzet en aanwezigheid tijdens supervisies, onderwijsbijeenkomsten en groepswerk, 60% voor inhoud rapport groepswerk en peer assessment)

- 35% Groepswerk 2 SPSS (waarvan 40% actieve en relevante medewerking, inzet en aanwezigheid tijdens supervisie, onderwijsbijeenkomsten en groepswerk, 60% voor inhoud rapport groepswerk en peer assessment)

Studenten dienen geslaagd te zijn voor alle drie de onderdelen: (1) mondeling examen met schriftelijke voorbereiding, (2) participatie en (3) groepswerk en peer assessment. Indien hieraan niet is voldaan en de som is hoger dan 10/20, wordt het eindcijfer herleid naar het hoogst niet-geslaagde cijfer, nl. maximaal 9/20. De punten voor participatie en het groepswerk + PA (70%) worden behouden in tweede zittijd en kunnen niet hernomen worden. Enkel het examen (30%) kan hernomen worden in tweede zittijd.

## Faciliteiten voor werkstudenten

Werkstudenten dienen zich

voor de eerste les aan te melden bij de verantwoordelijke lesgever.

Problem based learning sessies verplicht meevolgen