



## Industriële marketing (F000699)

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 45.0 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021

A (semester 1)	Engels	Gent	online werkcollege: geleide oefeningen	0.0 u
			online hoorcollege	0.0 u
			groepswork	21.25 u
			begeleide zelfstudie	10.0 u
			hoorcollege	3.75 u
			werkcollege: geleide oefeningen	10.0 u

Lesgevers in academiejaar 2020-2021

Muyllé, Steve	EB23	Verantwoordelijk lesgever
Van den Steen, Nils	EB23	Medewerker

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021

	stptn	aanbodsessie
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Data Analytics)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Finance)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Business Engineering (afstudeerrichting Operations Management)</a>	6	A
<a href="#">Uitwisselingsprogramma Economie en Bedrijfskunde</a>	6	A

Onderwijstalen

Engels

Trefwoorden

Marketing en industriële markten, marktprocessen

Situering

De cursus is gesitueerd teneinde studenten de theoretische, conceptuele, en pragmatische basisbegrippen evenals gevorderde inzichten inzake business-to-business marketing aan te leren.

Inhoud

De cursus is gestructureerd middels drie kernprocessen in industriële markten: begrijpen, creëren, en opleveren van waarde. Klantenwaarde wordt als de hoeksteen van business-to-business marketing beschouwd met bedrijfsprocessen aan de basis. Specifieke aandacht gaat uit naar market segmentation, customer value management, building customer value models, understanding customer firms, constructing flexible market offerings, pricing, brand architectures, business channel management, and the use of digital technologies in business markets.

Begincompetenties

Inleiding tot marketing.

Eindcompetenties

- 1 Kennis verwerven van de elementaire processen die bedrijven toelaten klantenwaarde te begrijpen, te creëren en op te leveren.
- 2 Verrichten van klantenwaardebepalingen.
- 3 Formuleren van realistische oplossingen voor gevallenstudies in industriële

marketing.

- 4 Toepassen van de theoretische, conceptuele, en pragmatische begrippen en inzichten bij bedrijven.

#### 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

Begeleide zelfstudie, groepswork, hoorcollege, werkcollege: geleide oefeningen, online hoorcollege, online werkcollege: geleide oefeningen

#### Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Elk van de onderscheiden thema wordt vanuit zowel een theoretisch als een bedrijfsgericht perspectief behandeld via de integratie van theorie, best practices, actieve klasparticipatie en discussie, gevallenstudies, en een praktijkgericht groepswork. De gevallenstudies worden zowel in het werkcollege, als in de groepsworks uitgewerkt.

#### Leermateriaal

- Handouts van lespresentaties via UGent online leerplatform.
- E-learning documentatie via UGent online leerplatform.
- Case studies voor werkcolleges en taken. (total licensing fee of 30-35€).
- Optioneel tekstboek: Business Market Management, James C. Anderson, James C. Narus & Das Narayandas 2009, Pearson Education International.

#### Referenties

Referenties naar verscheidene internationale wetenschappelijke artikelen vervolledigen het leermateriaal.

#### Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Uitwerken van case studies en actieve klasdiscussies inzake leerlessen en -materiaal. Actieve begeleiding van gezamenlijk groepswork.

#### Evaluatiemomenten

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

#### Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijk examen met open vragen, openboekexamen

#### Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijk examen met open vragen, openboekexamen

#### Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Werkstuk, peer-evaluatie

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

Examen in de tweede examenperiode is enkel mogelijk in gewijzigde vorm

#### Toelichtingen bij de evaluatievormen

De niet-periodegebonden evaluatie bestaat uit het oplossen van drie cases in groep evenals het uitvoeren van een praktijkgroepswork.

Het schriftelijk examen bestaat uit een probleemdefinitie inzake een specifieke bedrijfsvoering in een industriële markt. Het examen is open boek.

#### Eindscoreberekening

Periodegebonden evaluatie (50%)

Niet-periodegebonden evaluatie (50%): Cases (15%); Praktijkgroepswork (35%)

Peer assessmentscores maken deel uit van de totale evaluatie.

#### Faciliteiten voor werkstudenten

Het groepswork kan in aangepaste vorm individueel gemaakt worden.