



## Marketing management (F000768)

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

Aanbodssessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021

A (semester 1)	Nederlands	Gent	hoorcollege	30.0 u
			hoorcollege: plenaire oefeningen	10.0 u
			werkcollege	5.0 u
			online hoorcollege	0.0 u
			online hoorcollege: plenaire oefeningen	0.0 u
			online werkcollege	0.0 u

Lesgevers in academiejaar 2020-2021

Geuens, Maggie      EB23      Verantwoordelijk lesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021

	stptn	aanbodssessie
<a href="#">Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting Arabistiek en islamkunde)</a>	6	A
<a href="#">Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting China (China-traject))</a>	6	A
<a href="#">Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting China (UGent-traject))</a>	6	A
<a href="#">Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting India)</a>	6	A
<a href="#">Bachelor of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting Japan)</a>	6	A
<a href="#">Bachelor of Arts in de kunstwetenschappen</a>	6	A
<a href="#">Bachelor of Science in de sociologie</a>	6	A
<a href="#">Educatieve Master of Science in de wetenschappen en technologie (afstudeerrichting chemie)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Chemistry (afstudeerrichting (Bio)Organic and Polymer Chemistry)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Chemistry (afstudeerrichting Analytical and Environmental Chemistry)</a>	6	A
<a href="#">Master of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting China)</a>	6	A
<a href="#">Master of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting India)</a>	6	A
<a href="#">Master of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting Japan)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Chemistry (afstudeerrichting Materials and Nano Chemistry)</a>	6	A
<a href="#">Master of Arts in de Oosterse talen en culturen (afstudeerrichting Midden-Oosten Studies)</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Biochemistry and Biotechnology</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Biology</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in Chemistry</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in de fysica en de sterrenkunde</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in de geografie</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in de geologie</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in de geomatica en de landmeetkunde</a>	6	A
<a href="#">Master of Science in de informatica</a>	6	A

Master of Science in de verpleegkunde en de vroedkunde	6	A
Postgraduaat Innoverend Ondernemen voor Ingenieurs	6	A
Postgraduaat Innoverend Ondernemen voor Ingenieurs	6	A
Vorbereidingsprogramma tot Master of Science in de bedrijfseconomie (afstudeerrichting bedrijfseconomie)	6	A

## Onderwijstalen

Nederlands

## Trefwoorden

Strategische planning, concurrentie-analyse, aankoopgedrag, segmentatie en positionering, marketing mix, controle van de marketingactiviteiten

## Situering

Deze cursus heeft het verwezenlijken van een eerste en tegelijkertijd grondige kennismaking met de verschillende aspecten van een professioneel commercieel beleid als doel. Er wordt aandacht besteed aan zowel strategische als tactische aspecten: welke strategie kan een onderneming zoal volgen en hoe kan deze strategie vertaald worden in de juiste producten en diensten, de juiste communicatie, de juiste prijs en de juiste verkooplocaties om te excelleren op attractieve markten. Hiernaast wordt ook aandacht besteed aan onderzoeksmethodes die kunnen bijdragen tot het maken van de juiste strategische en tactische keuzes.

## Inhoud

- Het marketingproces en marketingmanagementconcepten
- Bedrijfs- en marketingstrategie
- Marketingomgeving
- Koopgedrag van consumenten en bedrijven
- Marktsegmentatie, doelgroepbepaling en positionering
- Producten, diensten en merkenstrategie
- Prijsbeleid
- Distributiebeleid
- Marketingcommunicatie

## Begincompetenties

Geen

## Eindcompetenties

- 1 Een grondig inzicht en kennis hebben in marketingtheorieën, modellen en technieken
- 2 Kritisch aanwenden van marketingkennis bij het analyseren en evalueren van complexe marketingvraagstukken
- 3 Inzicht hebben in de ontwikkeling en dynamiek van het marketingdomein
- 4 Een marketingstrategie vertalen in een professioneel commercieel beleid
- 5 Een persoonlijk standpunt formuleren en aanbevelingen geven bij complexe marketingproblemen
- 6 Maatschappelijke en ethische consequenties van marketingbeslissingen evalueren

## Creditcontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is open: de student houdt zelf rekening met voorkennis uitgedrukt in begincompetenties

## Examencontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via examencontract is open

## Didactische werkvormen

Hoorcollege, werkcollege, hoorcollege: plenaire oefeningen, online hoorcollege, online hoorcollege: plenaire oefeningen, online werkcollege

## Toelichtingen bij de didactische werkvormen

De titularis verzorgt uiteenzettingen waarin concepten en illustraties mekaar aanvullen over de onderscheiden delen van de cursus. Ook worden diverse case studies (die de studenten thuis voorbereiden) klassikaal bediscussieerd. De titularis legt grote nadruk

op de structuur en samenhang van de materie. Aanvullend worden presentaties voorzien van experts uit het bedrijfsleven. Zij toetsen de concepten aan de werkelijkheid.

#### Leermateriaal

- Philip Kotler en Gary Armstrong (2019). Marketing, de essentie (14e editie), Pearson Education Nederland, ISBN 9789043036535.
- Sprekersnotities: <https://ufora.ugent.be>
- Case studies

Geraamde totaalprijs: 15 EUR voor cases, 60 EUR voor handboek indien men dit wenst aan te kopen (niet verplicht)

#### Referenties

- J. Fahy, D. Jobber, (2019), Foundations of Marketing (6de ed.), McGrawHill.
- Svend Hollensen (2017), Global Marketing, 7th edition, Pearson Education.

#### Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Van elke sessie worden handouts ter beschikking gesteld. Men kan verder een beroep doen voor de vakinhoudelijke begeleiding op een assistent en de docent

#### Evaluatiemomenten

periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijk examen

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijk examen

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Niet van toepassing

Toelichtingen bij de evaluatievormen

Schriftelijk examen: 20 multiple choice vragen (50% van de punten) en 5 korte, open vragen (50% van de punten).

Eindscoreberekening

Op basis van schriftelijk examen. De casestudies tijdens het jaar worden enkel gezamenlijk bediscussieerd, niet geëvalueerd.

Faciliteiten voor werkstudenten

Werkstudenten kunnen de lesgever contacteren in geval van duidelijkheden bij de leerstof of de cases