



Retailmanagement (F710236)

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 3.0 Studietijd 90 u Contacturen 30.0 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021

A (semester 2)	Nederlands	Gent	online discussiegroep	2.0 u
			zelfstandig werk	8.0 u
			hoorcollege: response college	20.0 u

Lesgevers in academiejaar 2020-2021

Lagasse, Leen	EB23	Verantwoordelijk lesgever
---------------	------	---------------------------

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021

Bachelor of Science in de handelswetenschappen	stptn	aanbodsessie
--	-------	--------------

3	A
---	---

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Detailhandelsmarketing, marketing

Situering

Meer en meer marketeers komen terecht in een detailhandelsonderneming of komen met detailhandelsondernemingen in contact. Dit opleidingsonderdeel heeft tot doel de studenten te leren redeneren over de voorwaarden en voor- en nadelen van de verschillende distributiealternatieven, -doelstellingen, -strategieën en implementatiewijzen die ter beschikking van het marketingbeleid van een detailhandelsorganisatie staan.

Inhoud

Horizontverkenning, met de belangrijkste concepten en spelers binnen het distributiegebeuren. Bespreking van de kanaaldeelnemers, zowel naar zelfstandigheid, exploitatievorm, vestigingsplaats en statistische indeling. De Belgische distributie-evolutie sinds WOII. Ontstaan van een kanaalstructuur. Theoretische verklaring van de distributie-evolutie. De omgeving rond het distributiekanaal. De kanaalstrategie van de producent. Toegevoegde waarde in de detailhandelsmarketing. Nieuwe samenwerkingsvormen tussen producent en distributeur. Marktonderzoek in detailhandelsmarketing. Vestigingsplaats: theorie en onderzoek. Een basiskennis marketingmanagement is aan te raden.

Begincompetenties

Een basiskennis marketingmanagement is sterk aan te raden.

Eindcompetenties

- 1 Situeren van de inleidende concepten van detailmarketing binnen het marketingperspectief
- 2 Kennen van de definitiekenmerken, sterktes en zwaktes, van alle types kanaaldeelnemers
- 3 Inzicht in de theoretische verklaringsmodellen van de distributie-evoluties
- 4 Interpreteren van de impact van omgevingsfactoren op de strategische keuzes van de detailhandelaar in een omnichannelcontext
- 5 Evalueren van de distributiebeslissingsgebieden vanuit het standpunt van de producent
- 6 Redeneren vanuit het toegevoegde waarde in het detailhandelsdenken vanuit de consument

- 7 Inzicht in de gevolgen van en oplossingen voor de gewijzigde machtsverhoudingen tussen producent en distributeur
- 8 Detecteren van opportuniteiten en bedreigingen voor de Belgische detailhandel in haar geheel vanuit het hedendaagse en toekomstig koopgedrag
- 9 Detecteren van opportuniteiten en bedreigingen voor een specifieke detailhandelaar vanuit het hedendaags en toekomstig koopgedrag
- 10 Evalueren van distributiebeslissingen vanuit het perspectief van duurzaamheid en maatschappelijk engagement

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, online discussiegroep, zelfstandig werk, hoorcollege: response college, online hoorcollege

Leermateriaal

Lagasse Leen (2018), Distributiekanaal in marketingperspectief, VAN IN (ISBN 978-90-455-5219-4). (35,90€) + SLIDES + Bijkomend leermateriaal aangeboden via UFORA of slides.

Referenties

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Vragen kunnen gesteld worden tijdens de les, per mail of op afspraak.

Evaluatiemomenten

periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijk examen met meerkeuzevragen

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijk examen met meerkeuzevragen, schriftelijk examen

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Niet van toepassing

Toelichtingen bij de evaluatievormen

Schriftelijk examen met
- meerkeuzevragen (75%)
- open vragen (25%)

Eindscoreberekening

De student dient voor het totale examen te slagen.