

**Interdisciplinair project**

23352/4011/1718/1/88

Academiejaar **2017-18**

Komt voor in:

→ **Bachelor in het bedrijfsmanagement**, trajectschijf 2

Afstudeerrichting: ○ **marketing**

In andere opleidingen:

→ **Bachelor in het bedrijfsmanagement** als [Interdisciplinair project](#)

Dit is een enkelvoudig opleidingsonderdeel.

Studieomvang: **4 studiepunten**

Gewicht: **4,00**

Totale studietijd: **100,00 uren**

Mogelijke grensdata voor leerkrediet: **01.12.2017 (Semester 1)**

Onderwijsorganisatie (studietijd)

Onderwijs-, leer- en evaluatieactiviteiten

 **Begeleid zelfstandig/extern werk** 36,00 uren

 **Werkcollege** 24,00 uren

 **Zelfstudie** 40,00 uren

Dit opleidingsonderdeel wordt gequoteerd **op 20 (tot op een geheel getal)**.

Tweede examenkans: **wel** mogelijk.

Men kan dit opleidingsonderdeel **niet volgen** binnen een • **examencontract** (met het oog op het behalen van een **creditbewijs**).  
 • **examencontract** (met het oog op het behalen van een **diploma**).

Men kan dit opleidingsonderdeel enkel **mits aparte toelating volgen** binnen een **creditcontract**.

Coördinator: **Meert Katrien**

Andere docenten: **Baert Marie-Anne, Goessens Luc, Van Achter Lien, Van Baelen Freek, Verbeiren Eric, Vertommen Bram**

Taalvak: **Nee**

Onderwijstalen: **Nederlands**

Kalender: **Semester 1**

Doelstellingen

De competenties op het vlak van marktonderzoek, Excel en communicatieve vaardigheden toepassen in een complexe geïntegreerde case.  
 De schriftelijke en mondelinge communicatieve vaardigheden en attitudes trainen die een afgestudeerde bachelor bedrijfsmanagement, afstudeerrichting marketing, in zijn eerste werkervaring nodig heeft.

Het analytisch vermogen oefenen en het formuleren van strategische aanbevelingen op het vlak van marketing voorbereiden, noodzakelijk voor een beginnend marketeer.

## Inhoud

---

De studenten werken een marketingcase uit waarbij de nadruk ligt op:

- het analyseren van een opgelegde case en aan de hand van Nielsen gegevens de markt, de concurrentie, het product, de distributie en de sales promotion in beeld brengen.
- het formuleren (SMART) van aanbevelingen op grond van de analyse.

De studenten voeren communicatietaken uit onder andere in het kader van de opgelegde marketingcase: het correct, duidelijk, gepast en aantrekkelijk zakelijk communiceren zowel mondeling als schriftelijk.

---

## Volgtijdelijkheid (VT)

---

((geslaagd of gedelibereerd voor **Marketingstrategie I en consumentenpsychologie** EN geslaagd of gedelibereerd voor **Management**) OF geslaagd of gedelibereerd voor **Partim Marketingstrategie I** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Marketingstrategie II** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Marketingstrategie**) EN (geslaagd of gedelibereerd voor **Communicatievaardigheden** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Communicatievaardigheden** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Partim Communicatievaardigheden Nederlands**) EN (simultaan te volgen met **Productinnovatie en trendanalyse** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Marketingstrategie III** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Marketingstrategie II & prijsbeleid** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Marketingstrategie II**) EN (simultaan te volgen met **Prijsbeleid** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Marketingstrategie II & prijsbeleid** OF geslaagd of gedelibereerd voor **Partim Prijsbeleid**).

---

## Begincompetenties

---

Zie volgtijdelijkheidstabel.

---

## Eindcompetenties

---

### 1. Kan geselecteerde methodes en inzichten uit marketingstrategie en communicatie toepassen om cases op te lossen [BM1].

Indicatoren:

- kan geselecteerde methodes en hulpmiddelen gebruiken om een niet-vertrouwd probleem op te lossen;
- kan de marktevolutie schetsen;
- kan de positie van het product in de markt situeren;
- kan een marktpositie analyseren en van hieruit gepaste strategische adviezen formuleren;
- kan uit informatiebronnen de essentie halen en interpreteren;
- kan gestructureerde informatie binnen een gegeven tijdsbestek verwerken;
- kan complexe informatie op een beknopte manier in een rapport verwerken;
- kan efficiënt en effectief corresponderen, rapporteren, notuleren;
- kan efficiënt en effectief vergaderen, dialogeren, overleggen.

### 2. Kan professioneel handelen in deze complexe en gespecialiseerde context [BM5].

Indicatoren:

- kan een project op een zelfstandige, correcte en systematische manier uitvoeren binnen een vooropgesteld tijdsbestek;
- kan taken op een accurate en nauwkeurige manier uitwerken, en kan daarbij de vakterminologie in grammaticaal en communicatief correcte structuren gebruiken;
- kan werkzaamheden plannen en organiseren;
- kan resultaatgericht werken;
- kan creatief handelen;
- kan verantwoordelijkheidszin opnemen;
- kan de noodzakelijke bronnen raadplegen;
- kan zelfstandig werken;
- respecteert de deadlines.

### 3. Kan medeverantwoordelijkheid opnemen voor de uitwerking van de vakoverschrijdende cases [BM5].

Indicatoren:

- kan in staan voor een verantwoorde taakverdeling in een team;
- kan problemen binnen het team tijdig detecteren en signaleren;
- kan zich inleven in de rol van teamverantwoordelijke;
- kan omgaan met kritiek;
- kan binnen het team voor de eigen mening of opvatting opkomen;
- kan consequent uitvoeren wat binnen het team is afgesproken;
- kan een teamlid evalueren;
- is resultaatgericht.

---

Onderwijsorganisatie (omschrijving)

---

Casusgericht onderwijs

Coaching- portfolio

---

Begeleiding

---

coaching

---

Evaluatie

---

- Eerste examenkans:

**Voor dit opleidingsonderdeel is aanwezigheid verplicht !**

- *niet-periode gebonden evaluatie*: 100%:

20% procesbeoordeling

80% portfolio van de case (4/5 communicatieve vaardigheden met mondeling deel in examenperiode - 1/5 marketing - geslaagd zijn voor beide luiken)

De peerassessment resultaten worden in rekening gebracht.

- *periodegebonden evaluatie*: mondelinge terugkoppeling per team

- Tweede examenkans:

- 100%

20% tussentijdse evaluaties (quoting overgenomen van 1ste examenkans)


80% schriftelijk examen (4/5 communicatieve vaardigheden - 1/5 marketing - geslaagd zijn voor beide luiken)

peerassessment (quoting overgenomen van 1ste examenkans)

---

Boeken en syllabi

---

 1. Verplicht aan te kopen boeken

 **Tekstvaardig** **Verplicht**

Auteur: M-A Baert & De Witte

*Uitgever: Acco*

*Editie: meest recente versie*

*ISBN-nr: 978-94-634-4184-1*

---

## Andere studiematerialen

---

### Internet: websites

"Via Chamilo: slides, opdrachtbeschrijving, eventueel briefing case, kalender met deadlines en leerpad, ...

; indien gewenst printen de studenten zelf de documenten"

Lezingen, seminarie, gastsprekers, ...: slides op chamilo; Vul het geraamd bedrag in

Kosten verbonden aan opdrachten (bv. rapporten, verplaatsingen,...) - De kosten verbonden aan de projectwerking zijn ten laste van de student.

Kopieën tegen prijs bepaald door HoGent - Kostprijs: aantal pagina's \* eenheidsprijs bepaald door de HoGent

---

## Studiekosten

---

### Tekstvaardig - Tegen marktprijs

"Via Chamilo: slides, opdrachtbeschrijving, eventueel briefing case, kalender met deadlines en leerpad, ...

; indien gewenst printen de studenten zelf de documenten"

Lezingen, seminarie, gastsprekers, ...: slides op chamilo; Vul het geraamd bedrag in

Kosten verbonden aan opdrachten (bv. rapporten, verplaatsingen,...) - De kosten verbonden aan de projectwerking zijn ten laste van de student.

Kopieën tegen prijs bepaald door HoGent - Kostprijs: aantal pagina's \* eenheidsprijs bepaald door de HoGent

---

## Trefwoorden

---

Vakoverschrijdende cases marketing Communicatieve vaardigheden.

IIWETO-code: S540 Nederlandse taal- en letterkunde, Marketingstrategie, S191 Marktstudie, S190 Bedrijfsbeleid.