

 EMS EHSAL MANAGEMENT SCHOOL	Opleiding	Postgraduaat Marketing en business Development
	Academiejaar	2021-2022
	Opleidingsonderdeel	Marktonderzoek
	Studiepunten	3
	Taal	Nederlands
	Verplicht/facultatief	Verplicht

1 Verwachte aanvangscompetenties

a. De algemene toelatingsvoorwaarden zijn beschreven in de onderwijs- en examenregeling.

b. De docent wenst ook aandacht te vestigen op het belang van de volgende aanvangscompetenties: /

2 Doelstellingen

a. Plaats van het (opleidingsonder)deel in de opleiding: Zie [programmastructuur](#)

b. Competenties uit het competentieprofiel en geëvalueerde competentieniveau: /

c. Kerndoelen van het (opleidingsonder)deel:

Begrijpen van consumentenmotivaties en inzicht krijgen in de manier waarop men het consumentengedrag én vooral de onderliggende motivaties in kaart kan brengen.

Inzicht verwerven in verschillende benaderingswijzen: welke onderzoeksproblematiek heeft baat bij welke aanpak: kwalitatief (diagnostisch) onderzoek en kwantitatief onderzoek, inclusief psychometrisch.

Randvoorwaarden voor analyse en interpretatie.

Recente evoluties in marktonderzoek: Neuro-diagnostisch onderzoek en Big Qual: uitgangspunten en interpretaties.

3 Leerinhouden

- *Kwalitatief marktonderzoek (inclusief consumentengedrag en omgaan met data)*
- *Kwantitatief marktonderzoek (inclusief omgaan met data en datamining alsook psychometrische aanpak en big qual).*

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Hoorcollege |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Werkcollege |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Interactief onderwijsleergesprek |
| <input type="checkbox"/> | Oefensessies |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Cases |
| <input type="checkbox"/> | Coachingssessies |
| <input type="checkbox"/> | Feedbacksessies |

5 Studie- en verwerktijd	
Studiepunten¹	3
Contacturen	9
Studeertijd en examen	75
6 Evaluatiemodaliteiten	
<p>a. Eerste zittijd De evaluatie van het OOD marktonderzoek bestaat uit een individueel schriftelijk examen dat de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel marktonderzoek via kennis-, inzichts- en toepassingsvragen be vraagt.</p> <p>b. Tweede zittijd idem</p>	
7 Studiemateriaal	
a. Verplicht studiemateriaal	
Syllabi van de gastdocenten Madeleine Janssens en Veerle Hellemans. Marketing, de essentie , 14e editie, 2019, Philip Kotler Gary Armstrong, Pearson Benelux.	
b. Aanbevolen studiemateriaal	
Literatuurlijsten in de syllabi van de gastdocenten.	
Intuitive Marketing: What Marketers Can Learn from Brain Science Paperback – October 13, 2019 – by Stephen J. Genco (Author).	
Praktijkgericht Marktonderzoek ISBN:9047300025 Monique van der Hulst – Oktober 2007.	
Marketing toegepast, 4 ^e editie, Johan Vanhaverbeke, Madeleine Janssens en Sarah Steenhaut – Intersentia, 2021.	
8 Flexibiliteit	
<i>n.v.t.</i>	

¹ Definitie 'Studiepunt': Een studiepun t wordt gebruikt om de studieomvang van elke opleiding of elk opleidingsonderdeel uit te drukken. Het is een internationaal aanvaarde eenheid die overeenstemt met tussen 25 en 30 uren voorgeschreven onderwijs-, leer- en evaluatieactiviteiten.