

	Opleiding	<b>Postgraduaat Marketing en business Development</b>
	Academiejaar	<b>2020-2021</b>
	Opleidingsonderdeel	<b>B2Bmarketing</b>
	Studiepunten	<b>5</b>
	Taal	<b>Nederlands</b>
	Verplicht/facultatief	<b>Verplicht</b>

**Delen****Studiepunten**

■ Theorie	2
■ B2Bmarketingplan (project)	3

**1****Verwachte aanvangscompetenties**

- a. De algemene toelatingsvoorwaarden zijn beschreven in de onderwijs- en examenregeling.**
- b. De docent wenst ook de aandacht te vestigen op het belang van de volgende aanvangscompetenties: /**

**2****Doelstellingen**

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

- a. Competenties uit het competentieprofiel en geëvalueerde competentieniveau: /**
- b. Kerndoelen van het (opleidingsonder)deel:**

WETEN: basiskennis verwerven

WETEN HOE EN WAAROM: kennis opzoeken, actualiseren; verworven kennis aanwenden in eenvoudige, cognitieve opdrachten

- Begrijpen hoe het proces tot B2B marketing verloopt en mogelijke verschilpunten tussen B2B en B2C marketing.

- De studenten vertrouwd maken met een B2B marketingplan

TONEN HOE: begeleiden in zelfreflectie en ervaringsleren; leren handelen in praktijksituaties

- Het correct implementeren van een B2B marketingplan in een concreet project.

3	Leerinhouden
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• B2Bmarketing: theorie &amp; praktijk</li> <li>• B2Bmarketing project</li> </ul>

4	Leertrajecten en onderwijsmethoden
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Hoorcollege</b>
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Werkcollege</b>
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Interactief onderwijsleergesprek</b>
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Oefensessies</b> (praktische oefeningen met eigen inbreng)
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Cases</b>
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Coachingssessies</b>
<input type="checkbox"/>	<b>Feedbacksessies</b>
5	Studie- en verwerktijd
<b>Studiepunten<sup>1</sup></b>	5
<b>Contacturen</b>	11
<b>Studeertijd en examens</b>	120
<b>Overzicht opdrachten</b>	Groepsproject B2Bmarketing

6	Evaluatiemodaliteiten
	<p><b>a. Eerste zittijd</b></p> <p>De evaluatie van het OOD B2B bestaat uit twee delen: een individueel schriftelijk examen en de presentatie van het groepsproject.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Het <b>individueel schriftelijk examen</b> be vraagt al de geziene leerstof van het opleidingsonderdeel marktonderzoek via kennis-, inzichts- en toepassingsvragen.</li> <li>2) Voor het <b>groepsproject</b> wordt gewerkt in kleine teams. Het doel van dit project is het verrichten van een gedetailleerd B2B marketingplan en/of een onderzoek in opdracht van een opdrachtgever (bestaand bedrijf of organisatie); voor een concreet business to business (B2B) product, divisie of bedrijf. De projecten starten met een formele briefing, in overleg met de (marketing)managers van de bedrijven die hun project voorstellen. Om tot dit plan te komen moeten de studenten alle specifieke B2B marketing technieken en inzichten gebruiken die in de theorie- en praktijklessen B2B aan bod gekomen zijn. De teams krijgen hiervoor enkele maanden de tijd. Tussentijds zijn er coachingsessies voorzien met de coach/gastdocent voor eventuele bijkomende informatie en overleg over hun aanpak. De resultaten worden tenslotte gepresenteerd aan een jury: de gastdocent B2B en de bedrijfsleiders. In de presentatie worden de bevindingen besproken en verder vertaald in concrete acties.</li> </ol>

<sup>1</sup> Definitie 'Studiepunt': Een studiepoint 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.

De presentatie gebeurt aan de hand van een PowerPointpresentatie. Een ingebonden paper (rapport met de resultaten van het onderzoek, aanbevelingen, highlights, bevindingen en conclusies) wordt op de dag van de presentatie afgegeven in drie exemplaren, samen met een afdruk van de PowerPointpresentatie, en een digitale versie met alle gegevens erop: zowel de paper, de PowerPointpresentatie en eventueel bijkomende documenten.

Elke groep krijgt in principe een groepsquotatie. Wanneer echter blijkt dat een groepslid (of meerdere groepsleden) een duidelijk onderscheiden inbreng leverde(n), zowel positief als negatief, kan voor de betrokkene(n) deze groepsquotatie worden aangepast. Hierdoor is het mogelijk dat een groepslid dat onvoldoende presteerde niet slaagt voor het project.

### 3) Tweede zitting

Idem als 1<sup>e</sup> zitting, voor het project is eventueel een alternatieve opdracht mogelijk in overleg met de betrokken docent/coach.

## 7 Studiemateriaal

### a. Verplicht studiemateriaal

Cursusmateriaal van Igor Nowé; EMSBrussel.

### b. Aanbevolen studiemateriaal : /

## 8 Flexibiliteit

*n.v.t.*