

	Opleiding	Postgraduaat Marketing en business Development
	Academiejaar	2020-2021
	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

- ☒ **Hoorcollege**
- ☒ **Werkcollege**
- ☒ **Interactief onderwijsleergesprek**
- ☐ **Oefensessies**
- ☒ **Cases**
- ☐ **Coachingssessies**
- ☐ **Feedbacksessies**

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	3
Contacturen	10
Studeertijd en examen	75

6 Evaluatiemodaliteiten

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 bevraagt.

b. Tweede zittijd: Idem.

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.

Handboek Marketing: Klant- en Marktgericht Ondernemen – Hoofdstuk 5 Marketingresearch. Johan Vanhaverbeke, Madeleine Janssens en Sarah Steenhaut – Intersentia, 2017.

8 Flexibiliteit

n.v.t.

¹ Definitie 'Studiepunt': Een studiepunt 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.