Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Business English MAR2**

OAnr: **0 Business English MAR2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Johan Hendrickx**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

•De student kan zakelijk telefoneren, zakelijke gesprekken voeren, problemen bespreken en standpunten tijdens een discussie innemen
De student kan een uitgebreide tekst begrijpend lezen (huislectuur) en er op een coherente wijze vragen over beantwoorden. Hij kan in zijn betoog de aangeleerde taalstructuren toepassen.
De student kan korte brieven rond 'goodwill correspondence' en zakelijke e-mails schrijven.

Minimaal vereiste voorkennis:

Inhoud en vaardigheden uit de cursus Business English 1ste jaar Bedrijfsbeheer. Lezen B1+, Luisteren B1+, Spreken B1, Schrijven A2+.

Eindniveau talen

Schrijven	B1+
Luisteren	B2+
Spreken productief	B2+
Spreken interactief	B2+

Leerinhoud:

- Grote groep:
- presentaties in kleine groepjes, woordenschatoefeningen, schriftelijke relatiecorrespondentie, e-mail
- woordenschat i.v.m. karaktertrekken en gevoelens in een dagelijkse context; zakelijke basiswoordenschat

Didactische werkvormen:

- Onderwijsleergesprek, rollenspel, simulatie-oefeningen, presentaties, individuele oefeningen.
- Zelfstudie: zakelijke woordenschat, remediërende grammatica, idioom, huislectuur.

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Business English MAR2**

OAnr: **0 Business English MAR2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Johan Hendrickx**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Syllabussen Business English en Business English Conversation.

Literatuur:

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2+3+4	Schriftelijk	2	15	60	☑
1	1	1+2+3+4	Schriftelijk	4	25	90	☑
1	1	1+2+3+4	Mondeling	4	40	15	☑
1	1	1+2+3+4	Permanente evaluatie	Perm	20	0	☐
2	1	NVT	Mondeling	NVT	100	15	☑

Toelichting bij de examens:

cfr. afsprakenblad + lectuurlijst (zie ook Blackboard); geen hulpmiddelen toegelaten voor schriftelijk examen

Toelichting specifiek tweede zittijd:

cfr. afsprakenblad + lectuurlijst (zie ook Blackboard); geen hulpmiddelen toegelaten voor schriftelijk examen
andere roman te kiezen uit lectuurlijst

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Commerciële Vaardigheden MAR**

OAnr: **1 Commerciële vaardigheden MAR**

Studiepunten: **5** Niveau: **inleidend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☑

Vakverantwoordelijke: **Liesbeth Huysmans**

Procent: **90** Contacturen: **1,75**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student kan een goed verkoopcontact voorbereiden, structureren, leiden, afsluiten & opvolgen, telefonische afspraken maken, prospecteren, reageren op koopsignalen en op twijfel en bezwaren, een gestructureerd verkoopgesprek voeren met gebruik van beslissings- en beïnvloedingsstrategieën.

Minimaal vereiste voorkennis:

Geen specifieke voorkennis vereist, wel interesse in het commerciële bedrijfsgebeuren en een zekere spreekvaardigheid en contactvaardigheid.

Eindniveau talen

Leerinhoud:

Situering van de verkoop in de jaren 2000 - Prospectie - Telefonische afspraken- Buffers benaderen - Werkorganisatie - Verkoopstrategieën - Onderhandelingsmethoden - Verkoopgesprekken

Didactische werkvormen:

Boek “Operationele verkoop” aangevuld met actuele teksten en artikels
Ondersteunend vakmateriaal

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Commerciële Vaardigheden MAR**

OAnr: **1 Commerciële vaardigheden MAR**

Studiepunten: **5** Niveau: **inleidend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☑

Vakverantwoordelijke: **Liesbeth Huysmans**

Procent: **90** Contacturen: **1,75**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Boek “Operationele verkoop”

Literatuur:

Tijdschrift "Sales management"

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	2	3+4	Mondeling	4	80	10	☑
1	2	3+4	Schriftelijk rapport	3	20		☑
2		NVT	Mondeling	NVT	80	10	☑
2		NVT	Schriftelijk rapport	NVT	20		☑
1	1	1+2	Mondeling	2	80	10	☑
1	1	1+2	Schriftelijk rapport	3	20		☑

Toelichting bij de examens:

80 % van de punten is te behalen tijdens het mondeling examen, 20% door volledige observatiestage en afgifte van het observatierrapport.De volledige observatiestage moet tijdens de afgesproken periode gedaan worden en is niet herhaalbaar. Niet deelnemen aan de observatiestage en/of niet afgeven van het observatierapport betekent onvolledige deelname!

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Mondeling examen: 80%. Observatiestage: herwerken van het observatierapport: 20% van de punten.

Bedrijfsmanagement	**Marketing**	**Jaar: 2**

Opleidingsonderdeel: **Commerciële Vaardigheden MAR**

OAnr: **2 Training persoonlijkheidsontwikkeling**

Studiepunten: **5** Niveau: **inleidend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Guido Van Rompaey**

Procent: **10** Contacturen: **NVT**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student kent
- de verschillende persoonlijkheidsdynamieken en hun implicaties voor samenwerking
- zijn eigen manier van informatieverwerking

De student kan
- zien hoe anderen niet noodzakelijk dezelfde manier van werken hebben
- deze verschillen accepteren en er positief mee werken
- andere meningen en gevoelens eerlijk accepteren
- op basis van het voorgaande beter inschatten voor welke taak hij binnen een team het meest geschikt is.

De student is in staat open te communiceren (actief luisteren en precies verwoorden) zonder vooroordelen.

Minimaal vereiste voorkennis:

Eindniveau talen

Leerinhoud:

Onderzoek naar vaardigheden i.v.m. samenwerking
Human dynamics
Studie van de verschillende persoonlijkheidsdynamieken
Zichzelf en anderen herkennen in één van die dynamieken
Constructief en respectvol leren omgaan met de verschillen

Didactische werkvormen:

Een tweedaagse training buiten de school met de hele klasgroep.
Hoorcolleges, bestuderen van videomateriaal, persoonlijke en groepsopdrachten

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Commerciële Vaardigheden MAR**

OAnr: **2 Training persoonlijkheidsontwikkeling**

Studiepunten: **5** Niveau: **inleidend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Guido Van Rompaey**

Procent: **10** Contacturen: **NVT**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

cursus
video's en beamer
transparanten

Literatuur:

S. SEGALL, D. THORNE, Human Dynamics, samen werken samen leven

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	4	Schriftelijk rapport	4	100	0	☑

Toelichting bij de examens:

Studenten worden geëvalueerd aan de hand van een reflectieverslag dat ze na elke trainingsdag aanvullen.In dat verslag vermelden ze wat ze geleerd hebben in verband met hun eigen functioneren en dat van anderen en hoe ze dat in de toekomst gaan gebruiken.

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Herschrijven zelfreflectieverslag

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Espanol MAR 2**

OAnr: **0 Espanol MAR 2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Patrick Hebb**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student leert correct uitspreken, conversaties voeren, schriftelijke oefeningen maken, Hij komt bovendien in contact met de Spaanstalige cultuur en wereld door een beperkt portfolio aan te maken.

Minimaal vereiste voorkennis:

leerstof 1ste jaar

Eindniveau talen

Lezen	B1
Luisteren	B1
Spreken productief	B1
Spreken interactief	B1
Schrijven	B1

Leerinhoud:

diverse thema's (uit 2 handboeken)

Didactische werkvormen:

schriftelijke en mondelinge oefeningen

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Espanol MAR 2**

OAnr: **0 Espanol MAR 2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Patrick Hebb**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:
handboeken Caminos 1 + 2 (tekst- en werkboeken)

Literatuur:
geen

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2+3+4	Permanente evaluatie		30	0	☑
1	1	1+2+3+4	Schriftelijk	2	35	60	☑
1	1	1+2+3+4	Schriftelijk	4	35	60	☑
2	1	NVT	Schriftelijk	NVT	70	90	☑
2	1	NVT	Mondeling	NVT	30	15	☑

Toelichting bij de examens:
geen

Toelichting specifiek tweede zittijd:
zelfde leerstof als die van 1ste zittijd (schriftelijk + mondeling examen); mondeling examen bestaat uit oefeningen die tijdens het jaar gemaakt werden.

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **ICT MAR**

OAnr: **0 ICT MAR**

Studiepunten: **5** Niveau: **inleidend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Vets Eddy**

Procent: **100** Contacturen: **1,75**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student kan via het pakket Ms Access informatie halen uit beschikbare bedrijfsgegevens. De student kan bepaalde topics uitwerken met de computer ter ondersteuning voor het oplossen van bepaalde bedrijfsproblemen. Hiervoor wordt verder gebouwd op de kennis uit het eerste jaar, ttz Ms Word, Ms Excel en Ms Powerpoint. De student moet zijn denkvaardigheid en zijn attitudevorming bijscherpen. Hij kan creatief zijn en projectmatig werken. Hij kan een realistisch bedrijfsprobleem in casevorm gepresenteerd naar voren brengen en anlyseren. Hij kan topics in teamverband oplossen.
De student kent veschillende visualisatiemethoden om bedrijfsprocessen voor te stellen. De student kan een aantal van deze methoden ook concreet toepassen en uitwerken.

Minimaal vereiste voorkennis:

P.C.-toepassingen

Eindniveau talen

Leerinhoud:

Deel1: Gegevensverwerking met MS Access. Deel2: Bedrijfstoepassingen met gebruik van Ms Excel functies. Deel3: Visuele voorstelling van bedrijfsprocessen.

Didactische werkvormen:

Werkcolleges

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **ICT MAR**

OAnr: **0 ICT MAR**

Studiepunten: **5** Niveau: **inleidend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Vets Eddy**

Procent: **100** Contacturen: **1,75**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Handboek MS Access XP, Erik Cuypers en Eddy Van den Broeck + cursus

Literatuur:

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2	PC individueel	1	60	120	☑
1	1	1+2	PC individueel	2	40	100	☑
1	2	3+4	PC individueel	3	60	120	☑
1	2	3+4	PC individueel	4	40	100	☑
2	1	NVT	PC individueel	NVT	100	180	☑

Toelichting bij de examens:

Gebruik handboek MS Access toegelaten tijdens evaluatie van periode 1 en 3. Geen hulpmiddelen toegelaten tijdens evaluatie van periode 2 en 4.

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Gebruik handboek MS Access toegelaten.

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Italiano MAR 2**

OAnr: **0 Italiano MAR 2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Johan Jansen**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student kan vrij vlot correct uitspreken, eenvouduge dialogen voeren, schriftelijke oefeningen maken, telkens met betrekking tot praktische situaties.
De student stelt een eenvoudig portfolio samen.

Minimaal vereiste voorkennis:

Eindniveau talen

Lezen	B1+
Luisteren	B1-
Spreken productief	B1-
Spreken interactief	B1-
Schrijven	B1-

Leerinhoud:

Cfr Strategische Steekkaart: Cursus van A tot Z. Voortgezette Basis grammatica en woordenschat + idioom.

Didactische werkvormen:

Lezen, begrijpend lezen,, mondelinge en schriftelijke oefeningen, vertalen, zelfstudie (woordenschat), rollenspel,

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Italiano MAR 2**

OAnr: **0 Italiano MAR 2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Johan Jansen**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Basisgrammatica Italiaans, M.R.Sorce; Progetto Italiano, Corso di lingua e civiltà italiana, Edilingua; oefeningen opgesteld door de verantwoordelijke lector;

Literatuur:

Grammatica in gebruik, Inertaal; Grammatica Italiaans, Prisma; Grammatica Italiaans, Wolters; etc

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2+3+4	Permanente evaluatie	NVT	20	0	☑
1	1	1+2+3+4	Portfolio	NVT	20	0	☑
1	1	1+2+3+4	Mondeling	4	60	90	☑
2	1	NVT	Mondeling	NVT	100	90	☑

Toelichting bij de examens:

Examen af te leggen zonder hulpmiddelen. Het mondelinge examen bestaat uit 2 delen: een schriftelijk gedeelte (30% van de punten) en een mondeling gedeelte (30% van de punten).

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Examen af te leggen zonder hulpmiddelen. Het mondelinge examen bestaat uit 2 delen: een schriftelijk gedeelte (50% van de punten) en een mondeling gedeelte (50% van de punten).

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Le français des affaires MAR 2**

OAnr: **0 Le français des affaires MAR2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Johan Jansen**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

Module 1 De student kan een socio-economische tekst schematiseren en mondeling presenteren in het Frans op een correcte, communicatievaardige en zakelijke manier. De student kan over de tekst inhoudsvragen opstellen en beantwoorden.
Module 2 De student kan zakeljk telefoneren en communicatiestructuren (N-Fr) simultaan vertalen.
Module 3 De student is bereid zich autonoom via zelfstudie te vervolmaken. Hij kan de verworven kennis van het 1ste jaar vervolledigen en toepassen.
Module 4 De student kan actief deelnemen aan een debat en een eigen mening formuleren. Hij is bereid zich in groep te verdiepen in een onderwerp voor een debat, hij kan het presenteren en het debat modereren.
Module 5 De student kent de grondbegrippen en de woordenschat van het zakelijk schrijven en kan ze toepassen.

Minimaal vereiste voorkennis:

De inhoud en vaardigheden van de modules cursus Le français des affaires en het handboek Pour parler affaires van het 1ste jaar Bedrijfsmanagement. Globaal niveau B1

Eindniveau talen

Spreken productief	B2-
Lezen	B2-
Luisteren	B2-
Schrijven	B1+
Spreken interactief	B2-

Leerinhoud:

Module 1 Reproduire oralement - Module 2 Téléphoner efficacement - Module 3 Avancer en grammaire/vocabulaire, Vous dites?!, niveau moyen (handboek) - Module 4 - Rédiger les documents professionnels - Module 5 Présenter et débattre

Didactische werkvormen:

Module 1: onderwijsleergesprek, mondelinge/schriftelijke oefeningen, groepswerk/discussie, zelfstudie, vertalingen, rollenspel, simulatieoefeningen
Module 2: onderwijsleergesprek, zelfstudie, mondelinge oefeningen, rollenspel

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Le français des affaires MAR 2**

OAnr: **0 Le français des affaires MAR2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Johan Jansen**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Syllabus (MA 212) (zie onder "Leerinhoud" + Persoonlijk logboek met de besproken fouten, met verbetering, aangevuld met klassikale opmerkingen van de lector

Literatuur:

Vous dites?!, Comtel, Les médias dans les affaires, Internet

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2+3+4	Mondeling	2	25	15	☑
1	1	1+2+3+4	Permanente evaluatie	NVT	50	0	☑
1	1	1+2+3+4	Schriftelijk	4	25	120	☑
2	1	NVT	Schriftelijk	NVT	25	120	☑
2	1	NVT	Mondeling	NVT	75	180	☑

Toelichting bij de examens:

De schriftelijk evaluatie na periode 4 bestaat uit Module 4 +zelfstudie Module 3 - Alle examens gebeuren zonder hulpmiddelen. In de cursus krijgen de studenten uitgebreide schriftelijke instructies bij de didactische steekkaart.

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Mondeling examen bestaat uit: vervangproef permanente evaluatie Module 2: telefoongesprek + simultaan vertalen van communicatiestruturen - Module 5: organiseren, presenteren, modereren en deelnemen van/aan een debat rond een opgelegd thema - (afspraken in syllabus) + Module 1 Reproduire oralement

Bedrijfsmanagement	**Marketing**	**Jaar: 2**

Opleidingsonderdeel: **Marketing topics 1**

OAnr: **0 Marketing topics1**

Studiepunten: **5** Niveau: **gespecialiseerd**

Inwisselbaar ☑ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Natalie Verfaellie**

Procent: **100** Contacturen: **1,5**

Toegelaten voor examencontract ☐

Kerndoelstellingen:

De studenten inzicht laten verwerven in het marketinggebeuren van dienstenorganisaties, business-to-business organisaties en non-profit organisatie zodat hij (zij) bekwaam is vanuit deze diverse invalshoeken marketinggericht te handelen en te denken

Minimaal vereiste voorkennis:

Inleiding in Principes van Marketing

Eindniveau talen

Leerinhoud:

Dienstenmarketing (basiskarakteristieken, afnemersgedrag, productbeleid, prijsbeleid, distributie, communicatie, capaciteitsstrategieën), Non Profit Marketing (inleiding,Missie en doelstellingen, Knelpunten bij Marketing, marketing mix voor Non Profit, Fundraising), Industriële Marketing (kenmerken industriële markt, productbeleid (innovaties, eliminiaties), prijsbeleid, distributie, communicatie)

Didactische werkvormen:

Hoorcollege, paper, gastcolleges

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marketing topics 1**

OAnr: **0 Marketing topics1**

Studiepunten: **5** Niveau: **gespecialiseerd**

Inwisselbaar ☑ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Natalie Verfaellie**

Procent: **100** Contacturen: **1,5**

Toegelaten voor examencontract ☐

Leermiddelen:

Cursus met slides

Literatuur:

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2	Mondeling	2	60	15	☑
1	1	1+2	Permanente evaluatie	Perm	40	0	☑
1	2	3+4	Mondeling	4	60	15	☑
1	2	3+4	Permanente evaluatie	Perm	40	0	☑
2	1	NVT	Mondeling	NVT	100	15	☑

Toelichting bij de examens:

Mondeling examen met schriftelijke voorbereiding. De permanente evaluatie bestaat uit een groepswerk (paper) die per vier studenten wordt opgesteld en gepresenteerd tijdens de lessen. Het niet afgeven van de paper heeft een onvolledige deelname tot gevolg. Het niet presenteren van de paper (behalve gewettigde afwezigheid) heeft een nul tot gevolg voor dat onderdeel.

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marketing topics 2**

OAnr: **1 Internationale marketing**

Studiepunten: **4** Niveau: **gespecialiseerd**

Inwisselbaar ☑ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Johan Hendrickx**

Procent: **60** Contacturen: **0,75**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student kan de leerdoelen van een opgegeven hoofdstuk oplossen, integreren en presenteren.
De student kan een case oplossen, waarbij hij de oplossing kan kaderen binnen de leerdoelen van een opgegeven hoofdstuk.
De student kan een reader samenstellen ter illustratie en verduidelijking van de leerdoelen van een opgegeven hoofdstuk en kan zijn keuze argumenteren en verdedigen.

Minimaal vereiste voorkennis:

Principes van Marketing

Eindniveau talen

Leerinhoud:

Inleiding tot Internationale Marketing
Internationale Marktomgeving
Sociale en culturele invloeden en Internationale communicatie
Marktstrategieën
Internationale distributie en logistiek
Internationale Marketing en nieuwe technologieën

Didactische werkvormen:

e-learning, interactief hoorcollege, cases, portfolio

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marketing topics 2**

OAnr: **1 Internationale marketing**

Studiepunten: **4** Niveau: **gespecialiseerd**

Inwisselbaar ☑ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Johan Hendrickx**

Procent: **60** Contacturen: **0,75**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

handboek; powerpoint presentaties lector, Cases en extra oefeningen Blackboard

Literatuur:

International Marketing Strategy: Analysis, development and implementation, Isobel Doole and Robin Low

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	3	Permanente evaluatie	Perm	65	0	☑
1	1	3	Schr. Rapport met verdedigi	3	35	15	☑
1	2	4	Permanente evaluatie	Perm	65	0	☑
1	2	4	Schr. Rapport met verdedigi	4	35	15	☑
2		NVT	Schr. Rapport met verdedigi	NVT	100	15	☑

Toelichting bij de examens:

Permanente evaluatie: deel 1 (45% van de punten): oplossen + presenteren leerdoelen van opgegeven hoofdstuk handboek
Deel2 (20%) : oplossen en/of presenteren case gelinkt aan een tweede hoofdstuk handboek
Schrift rapport + verdediging (35%) : Samenstellen portfolio + kaderen binnen de leerdoelen van een derde hoofdstuk + mondelinge toelichting
De student moet deelnemen aan alle evaluatiemomenten, anders wordt dit beschouwd als een onvolledige deelname.

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Samenstellen portfolio + verdediging + kaderen binnen de leerdoelen van een vierde en vijfde hoofdstuk: 100%

Bedrijfsmanagement	**Marketing**	**Jaar: 2**

Opleidingsonderdeel: **Marketing topics 2**

OAnr: **2 Retail marketing**

Studiepunten: **4** Niveau: **gespecialiseerd**

Inwisselbaar ☑ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Martijn Deketelaere**

Procent: **40** Contacturen: **0,5**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student begrijpt de werking en toegevoegde waarde van de retailer. De branchespecifieke, op analyse gebaseerde, strategische en tactische instrumenten die de retailer kan hanteren om zijn doelstellingen te verwezenlijken, vormen hierbij de basis. De student die terecht komt in de retail of in een schakel die in contact komt met de retailer dient om die redenen de vakspecifieke kennis en jargon te beheersen.

Minimaal vereiste voorkennis:

Principes van Marketing

Eindniveau talen

Leerinhoud:

Inleiding

Functieverandering van de detailhandel met consequenties
Verschillen tussen trade marketing en retailmarketing
Het strategisch proces in de retail
Functies van een strategie

Didactische werkvormen:

Hoorcolleges en 2 gastsprekers met concrete praktijkvoorbeelden van de theorie

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marketing topics 2**

OAnr: **2 Retail marketing**

Studiepunten: **4** Niveau: **gespecialiseerd**

Inwisselbaar ☑ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Martijn Deketelaere**

Procent: **40** Contacturen: **0,5**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

De studenten ontvangen een syllabus die aangevuld dient te worden met eigen notities op basis van de powerpointpresentaties tijdens de hoorcolleges.

Literatuur:

Retailmarketing, Auteur Van der Kind.(beschikbaar in bib)

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	2	3	Mondeling	3	70	20	☑
1	2	3	Schriftelijk rapport	3	30		☑
1	3	4	Mondeling	4	70	20	☑
1	3	4	Schriftelijk rapport	4	30		☑
2		NVT	Mondeling	NVT	70	20	☑
2		NVT	Schriftelijk rapport	NVT	30	0	☑
1	1	2	Mondeling	2	70	20	☑
1	1	2	Schriftelijk rapport	2	30	0	☑

Toelichting bij de examens:

1ste zittijd:
70% mondeling examen op basis van de geziene theorie: Syllabus met notities uit de les, hand-outs van de gastsprekers.
30% Permanente evaluatie: de studenten nemen in groepjes van 2 à 3 studenten een interview af van een zaakvoerder of marketingverantwoordelijke van een retailbedrijf. Zij maken hiervan een verslag dat de weerslag is van de door de retailer gevoerde markeringstrategie. Er moet een duidelijke link zijn met de theorie. Het verslag moet qua vorm en inhoud voldoen aan de richtlijnen die de lector toelicht tijdens de eerste les. Indien de tijd het toelaat, kunnen eveneens in groepsverband enkele cases worden uitgewerkt.

Toelichting specifiek tweede zittijd:

2de zittijd:
70% mondeling examen: zie 1ste zittijd
30% Permanente evaluatie: de student maakt INDIVIDUEEL een nieuw rapport op.

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marketingbeleid**

OAnr: **0 Marketingbeleid**

Studiepunten: **6** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Marianne Vermeulen**

Procent: **100** Contacturen: **2,5**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student heeft inzicht in de manier waarop een marketingplan stapsgewijs ontwikkeld wordt en kan de theoretische achtergrond toepassen in de praktijk.
De student beschikt over de nodige kennis en sociale vaardigheden om in groepsverband een marketingplan te kunnen uitwerken voor de lancering van een nieuw product en om het marketinggame te kunnen spelen.

Minimaal vereiste voorkennis:

Principes van marketing

Eindniveau talen

Leerinhoud:

4 delen:theorie,cases, schrijven marketingplan,spelen marketinggame.Theorie bestaat uit :Inleiding marketingplanning,externe analyse,interne analyse,swot-analyse,strategische keuze,tactische en operationele planning

Didactische werkvormen:

Actief werk- en hoorcollege,casestudies,groepswerk,gastsprekers,presentaties,discussies,coaching

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marketingbeleid**

OAnr: **0 Marketingbeleid**

Studiepunten: **6** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Marianne Vermeulen**

Procent: **100** Contacturen: **2,5**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Cursusnota's,handboek,cases,simulatiespel:marketinggame

Literatuur:

Rien Hummel,2004,Marketingplanning.Academic Service,Den Haag

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2	Permanente evaluatie	NVT	50	0	☑
1	1	1+2	Mondeling	2	50	20	☑
1	2	3+4	Permanente evaluatie	NVT	50	0	☑
1	2	3+4	Mondeling	4	50	20	☑
2	1	NVT	Mondeling	NVT	100	20	☐

Toelichting bij de examens:

Permanente evaluatie (50%) : bestaat uit het oplossen van cases in groepsverband+spelen marketinggame(tesamen20%) + uitwerken marketingplan(30%).Resulteert in groepsquotering (50%) :deze kan door de lector geindividualiseerd worden o.m.op basis van peer assessment.

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Tweede zittijd bestaat voor 100% uit mondeling examen: vragen over geziene leerstof (theorie), over het marketingplan. En over de reader(vervangopdracht PE). Deze opdracht bestaat uit het samenstellen van een reader: verzameling en samenvatting van een aantal artikels over een opgelegd onderwerp, aangevuld met eigen commentaar en stellingname.

Bedrijfsmanagement	**Marketing**	**Jaar: 2**

Opleidingsonderdeel: **Marketingcommunicatie**

OAnr: **0 Marketingcommunicatie**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Jan Vermeersch**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student kan de onderdelen van het interne en externe communicatieproces van een onderneming omschrijven

-de student heeft inzicht in:
- de verschillende stappen van het marketingcommunicatieplan
- de verschillende communicatiedoelstellingen
- de marketingcommunicatie-instrumenten: reclame, verkoopspromotie, sponsoring, public relations-

- de student moet deze kennis en dit inzicht kunnen toepassen op praktijksituaties.

De student moet de marcom kunnen plaatsen binnen de marketingstrategie van een onderneming en de verbanden met de andere mark.mixelementen inzien.

Minimaal vereiste voorkennis:

Grondig inzicht hebben in de basistechnieken van de marketing (Principes van marketing)

Eindniveau talen

Leerinhoud:

- geïntegreerde marketingcommunicatie, marcom-doelgroepen, het marcombudget, de marcom-instrumenten: reclame, promotie, P.R., sponsoring, winkelcommunicatie, e-communicatie

Didactische werkvormen:

interactief leergesprek, gastcolleges, casestudies, praktijkopdracht

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marketingcommunicatie**

OAnr: **0 Marketingcommunicatie**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Jan Vermeersch**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Handboek: Marektingcommunicatie . P. De Pelsmacker, M. Geuens en J. Van den Bergh; Pearson Education

Literatuur:

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2	Permanente evaluatie	Perm	50	0	☑
1	1	1+2	Mondeling	2	50	20	☑
1	2	3+4	Permanente evaluatie	Perm	50	0	☑
1	2	3+4	Mondeling	4	50	20	☑
2		NVT	Mondeling	NVT	100	20	☑

Toelichting bij de examens:

Examen: mondeling examen met schriftelijke voorbereiding. Te kennen leerstof: handboek + onderwerpen gastcolleges. Geen hulpmiddelen toegelaten. P.E.: groepsopdrachten: casestudies + praktijkopdracht. De groepsscore wordt gecorrigeerd d.m.v. Peer assessment

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Examen: idem 1ste zittijd + vragen over de praktijkopdracht, de cases en de" reader". P.E.: opstellen van een "reader": 5 artikelen over een marcom-onderwerp, met bespreking en eigen conclusies.

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marktanalyse**

OAnr: **0 Marktanalyse**

Studiepunten: **6** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Eddy Vets**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student verwerft een inzicht in de bestaande analysemethodes die op marketing afdelingen gebruikelijk zijn. De student kan de technieken toepassen die bruikbaar zijn in de sector ivm het interpreteren, verwerken en analyseren van ruwe gegevens bv verkoopcijfers, tot bruikbare informatie. Dit gebeurt door gebruik te maken van een rekenblad programma. De student kan gebruik maken van het kwantitatieve "desk-work" en kan daarbij ruwe cijfers ver- en bewerken tot bruikbare informatie om marketing beslissingen voor te bereiden, te verfijnen of te controleren. Deze beslissingen kan de student onderbouwen met de bekomen resultaten. De student vormt zich een attitude van nauwkeurig en methodisch denken.

Minimaal vereiste voorkennis:

Principes van Marketing.
P.C.-toepassingen

Eindniveau talen

Leerinhoud:

Module 1: Secundaire gegevens: kostenstructuur, analyse van de kosten en de winstgevendheid. Module 2: Sec gegevens: Marktpotentieel en quota. Demografische en geografische segmentering. Consumentenpanels. Detaillistenpanels.

Didactische werkvormen:

Interactief hoorcollege met aanvullend oefeningen. In de cursus staan oefeningen welke voor de student dienen als ‘test’ of de hij de leerstof verwerkt heeft. Dit vereist uiteraard zelfstudie!!

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Marktanalyse**

OAnr: **0 Marktanalyse**

Studiepunten: **6** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Eddy Vets**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Cursus met oefeningen
Eventueel aangevuld met slides

Literatuur:

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2	PC individueel	1	50	110	☑
1	1	1+2	PC individueel	2	50	110	☑
1	2	3+4	PC individueel	3	50	110	☑
1	2	3+4	PC individueel	4	50	110	☑
2	1	NVT	PC individueel	NVT	100	180	☑

Toelichting bij de examens:

Geen

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Wirtschaftsdeutsch MAR 2**

OAnr: **0 Wirtschaftsdeutsch MAR 2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Etienne Van Den Bossche**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

Student heeft voldoende kennis van basisgrammatica uit MAR1 en MAR2 (geel & blauw overzichtsblad + grammatica cursus MA2) en kent eveneens de woordenschat uit MA2 + basiswoordenschat uit syllabus MA1. Student kan woordenschat en grammatica in mondelinge en schriftelijke oefeningen ivm algemene gesprekstheme's vrij correct toepassen. Hij evolueert naar vrij spreken en kan zich op een aanvaardbare manier uitdrukken. Hij kan de essentie van een schriftelijke of mondelinge tekst bondig samenvatten.

Minimaal vereiste voorkennis:

Woordenschat en grammatica 1MAR - Module Duits 1
Alg. niveau: A1+, niveau lezen: A2+, niveau luisteren: A2+, niveau spreken: A1+, niveau schrijven: A1+

Eindniveau talen

Lezen	B1
Luisteren	B1
Spreken productief	A2-
Spreken interactief	A2+
Schrijven	A2-

Leerinhoud:

.1 Grammatica: herhaling belangrijkste thema's uit 1ste jaar + verdere uitdieping + nieuwe thema's 2de jaar: Plusquamperfekt, Geschlecht der Substantive, Deklination der schwachen Substantive, Adjektivdeklinationen, das Reflexivpronomen, das Relativpronomen, die Steigerungsstufen, das Passiv, die Konjunktionen, substantivierte Adjektive, Stoffadjektive und Ortsnamen als Adjektiv. 2. Spreekoefeningen: Smalltalk im Berufsleben: dialogen en discussies ivm Kontakte, Wetter, Freundschaft, Umwelt, Emanzipation, Beruf- Taschengeld und Hobbys + 3. persoonlijke opdrachten: lezen en samenvatten Duits boek, transcriptie luisteroefening, samenvatting 2 krantenartikels, beschrijving stagebedrijf.

Didactische werkvormen:

Grammatica: werkcolleges: invuloefeningen, vertalingen. Spreekoefeningen: interactieve werkvormen: gesprekstraining rond algemene thema's in kleine groepjes: discussie, debat, occassionele luistertraining

Bedrijfsmanagement Marketing Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Wirtschaftsdeutsch MAR 2**

OAnr: **0 Wirtschaftsdeutsch MAR 2**

Studiepunten: **5** Niveau: **uitdiepend**

Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐

Vakverantwoordelijke: **Etienne Van Den Bossche**

Procent: **100** Contacturen: **2**

Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:

Grammatica: syllabus Duits, overzichtbladen basisgrammatica, transparanten, cassettes/CD-s luisteroefeningen, websites voor oefeningen Duits.
Spreekoefeningen: syllabus Duits, internet, cassetterecorder

Literatuur:

Cursus + leesboeken Duits die momenteel op de markt zijn.

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1+2+3+4	Permanente evaluatie	Perm	20	0	☑
1	1	1+2+3+4	Schriftelijk	2	20	60	☑
1	1	1+2+3+4	Schriftelijk	4	30	90	☑
1	1	1+2+3+4	Mondeling	4	30	15	☑
2	1	NVT	Schriftelijk	NVT	50	90	☑
2	1	NVT	Mondeling	NVT	50	15	☑

Toelichting bij de examens:

GEEN HULPMIDDLEN - Voor alle schriftelijke examens: invuloefening(en) ivm de grammatica, vertaaloefening(en) met basiswoordenschat en woordenschat MA2. Mondeling: vertaling van 5 korte zinnetjes, vragen over geziene gespreksthema's, inhoud gelezen boek/artikels/stage. Permanente evaluatie: aangekondigde toetsen ivm geziene grammatica of woordenschat, korte voordracht over bepaald gespreksthema.

Toelichting specifiek tweede zittijd:

De punten van de permanente evaluatie worden in het schriftelijk en mondeling examen verrekend. Te kennen leerstof: idem eerste zittijd.
De studenten hoeven geen nieuw boek te lezen.

Bedrijfsmanagement	**Gemeenschappelijk BM2**	**Jaar: 2**

Opleidingsonderdeel: **Arbeidsrecht**
OAnr: **0 Arbeidsrecht**
Studiepunten: **3** Niveau: **uitdiepend**
Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐
Vakverantwoordelijke: **De Voecht**
Procent: **100** Contacturen: **0,75**
Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:
De studenten moeten in staat zijn om met de hulp van teksten (in handboek aanwezig) theoretische vragen te beantwoorden en ook oefeningen op te lossen.

Minimaal vereiste voorkennis:
Geen voorkennis vereist

Eindniveau talen

Leerinhoud:
-historisch overzicht / overzicht collectieve verhoudingen / kenmerken van arbeidsovereenkomsten / verplichtingen der partijen / proefbeding / schorsing / studentenarbeid / as gebonden onderwerpen

Didactische werkvormen:
handboek + extra oefeningen + documentatie

Bedrijfsmanagement	**Gemeenschappelijk BM2**	**Jaar: 2**

Opleidingsonderdeel: **Arbeidsrecht**
OAnr: **0 Arbeidsrecht**
Studiepunten: **3** Niveau: **uitdiepend**
Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐
Vakverantwoordelijke: **De Voecht**
Procent: **100** Contacturen: **0,75**
Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:
handboek is gebaseerd op compromisvoorstel in werkgroep

Literatuur:
sites : www.vacature.com / www.socialsecurity.fgov.be/be

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1	Mondeling		100	10	☑
1	2	2	Mondeling		100	10	☑
1	3	3	Mondeling		100	10	☑
1	4	4	Mondeling		100	10	☑
2	1		Mondeling		100	10	☐

Toelichting bij de examens:
rekentoestel en blauwe blz uit handboek

Toelichting specifiek tweede zittijd:

Bedrijfsmanagement	**Gemeenschappelijk BM2**	**Jaar: 2**

Opleidingsonderdeel: **Bedrijfsmanagement 2**
OAnr: **0 Bedrijfsmanagement 2**
Studiepunten: **3** Niveau: **inleidend**
Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐
Vakverantwoordelijke: **Guido Haers**
Procent: **100** Contacturen: **1**
Toegelaten voor examencontract ☑

Kerndoelstellingen:

De student kent alle tijdens de lessen verklaarde begrippen evenals de essentie van de besproken managementtheorieën.
De student kan zijn theoretische kennis op concrete managementproblemen toepassen en hiervoor aldus een oplossing vinden.
De student is in staat na overleg in groep beslissingen te nemen.

Minimaal vereiste voorkennis:

leerstof van OO bedrijfsmanagement 1ste jaar

Eindniveau talen

Leerinhoud:

1 vijfkrachtenmodel van Porter; 2 SWOT-analyse/ confrontatieatrix; 3 vormen van samenwerking tussen bedrijven; 4 strategiekeuze (besluitvorming), planning en implementatie

Didactische werkvormen:

doceren, leergesprek, discussies, gevalstudies, groepswerk

Bedrijfsmanagement — Gemeenschappelijk BM2 — Jaar: 2

Opleidingsonderdeel: **Bedrijfsmanagement 2**
OAnr: **0 Bedrijfsmanagement 2**
Studiepunten: **3** Niveau: **inleidend**
Inwisselbaar ☐ Aangeboden ☐
Vakverantwoordelijke: **Guido Haers**
Procent: **100** Contacturen: **1**
Toegelaten voor examencontract ☑

Leermiddelen:
leerboek: Van Dam en Marcus, 'Een praktijkgerichte benadering van organisatie en management, uitg, Wolters-Noordhoff

Literatuur:

Evaluaties:

Zittijd	Reeks	Lesperiode	Evaluatietype	Na periode	Gewicht %	duurtijd	Herhaalbaar
1	1	1	Permanente evaluatie		20	0	☑
1	1	2	Permanente evaluatie		20	0	☑
1	1	1+2	Schriftelijk	2	60	90	☑
1	2	3	Permanente evaluatie		20	0	☑
1	2	4	Permanente evaluatie		20	0	☑
1	2	3+4	Schriftelijk	4	60	90	☑
2	1		Schriftelijk		100	120	☑

Toelichting bij de examens:

Toelichting specifiek tweede zittijd:
tweede zittijd: schriftelijk examen omvattende een korte gevalstudie, meerkeuzevragen en korte open vragen; geen overdracht van punten uit 1ste zittijd, geen toegelaten hulpmiddelen