

Academiejaar 2007-2008



Programmagids

Master in de handelswetenschappen

Master HW - Financieel Management

Opleidingsonderdeel	Groep	Stp.	Semester	Deeltijds
Masterproef FM		18	1 + 2	/
Onderzoeksmethodologie		6	1	/
Bank - en verzekeringswezen		6	1	/
Beleggingsleer		6	1	/
Finance: capita selecta		6	2	/
Vermogensplanning		6	2	/
Erasmus uitwisselingsprogramma IV	Erasmus	1	1 + 2	/
Advanced Management Accounting		6	1	/
Fiscaliteit: Personen- en vennootschapsbelasting		6	1	/
Fiscaliteit: BTW en andere belastingen		6	2	/
Globale politieke en juridische omgeving		6	2	/
Internationaal zaken doen		6	1 + 2	/
Internationale management strategie		6	1	/
Toegepaste marketing		6	1	/
Marketingcommunicatie		6	2	/
Consumentengedrag		6	2	/
Supply Chain Management		6	1	/
Haveneconomie, transport en logistiek		6	2	/
Governance and operational management		6	2	/

Studiecontract

De opleiding tot master in de handelswetenschappen aan de Lessius Hogeschool sluit rechtstreeks aan bij de bachelor in hetzelfde domein en bouwt voort op de daar verworven competenties.

Zij biedt een verdiepende opleiding aan binnen het vakgebied van de bedrijfseconomische wetenschappen. Deze verdieping van kennis en inzichten heeft betrekking op een aantal van de disciplines maar blijft tegelijkertijd aandacht houden voor aangrenzende deeldomeinen.

In de masteropleiding staan wetenschappelijke inzichten en onderzoekscompetenties centraal. Studenten leren om op een zelfstandige manier complexe problemen uit de bedrijfsomgeving te beoordelen en in een context van multidisciplinariteit en onzekerheid wetenschappelijk verantwoorde oplossingen uit te werken.

Masters kunnen omgaan met een pluraliteit van mogelijke oplossingen en deze samen met de probleemstelling helder en overtuigend communiceren aan zowel vakgenoten als niet-vakgenoten, ook internationaal.

Zij geven creatief richting aan nieuwe en zinvolle onderzoeksthema's en nemen verantwoordelijkheid voor de ontwikkeling en implementatie van economisch verantwoorde oplossingen.

Masters hebben een nuchtere, wetenschappelijke kijk op de werkelijkheid die hen in staat stelt om onderzoek, werkveld en maatschappij efficiënt en doelgericht met elkaar te verbinden.

Masterproef FM

Code: HWMoMPFM

Groep: /

Studiepunten: 18

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Van Uytbergen Steve

Coördinator: Verckens Jan Pieter

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Masterproef FM

Onderzoeksmethodologie

Code: HWMoOM

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Cools Martine, De Beule Filip, De Winne Sophie, Dewaelheyns Nico, Franck Tom, Lagae Wim, Schoubben Frederiek, Van Rompuy Guido, Van Uytbergen Steve, Van Woensel Tom

Coördinator: Van Rompuy Guido

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Onderzoeksmethodologie

Inhoud

GEMEENSCHAPPELIJK GEDEELTE (3 STUDIEPUNTEN)			
METHODE	AANTAL COLLEGES	TOPIC	MATERIAAL
Aanvullingen regressie-analyse	3	Gebruik van kwalitatieve variabelen bij tijdreeksdata Heteroskedasticiteit bij tijdreeksdata Dynamische modellen	Studenmund (2006) Ch 12 Syllabus
Factoranalyse	2 à 3	Wanneer gebruiken, assumpties, Theoretische onderbouw Uitwerking van een gesimplificeerd voorbeeld Uitwerking reële gevalstudie	Hair (2006) Ch. 3 Sharma (1996) Ch. 5 Syllabus
Clusteranalyse	2 à 3	Wanneer gebruiken, assumpties, Theoretische onderbouw Uitwerking van een gesimplificeerd voorbeeld Uitwerking reële gevalstudie	Hair (2006) Ch. 8 Sharma (1996) Ch. 7 Syllabus
Logistische regressie	1	Wanneer gebruiken, assumpties, theoretische onderbouw Uitwerking van een gesimplificeerd voorbeeld	Studenmund (2006) Ch 13 Syllabus

Afstudeerrichtings specifiek deel:

Voor de leeractiviteit Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoeksdomein HRM (3 studiepunten)

Het opleidingsonderdeel Onderzoeksmethodologie (docent Sophie De Winne) eigen aan het onderzoeksdomein HRM gaat in op de verschillende fasen van het onderzoeksproces. De colleges lopen parallel met en dienen ter ondersteuning van de masterproef.

Volgende thema's worden behandeld:

1. informatie over de procedure van de masterproef in de afstudeerrichting HRM
2. hoe en waar informatie opzoeken?
3. opzet en organisatie van kwantitatief onderzoek, survey design
4. opzet en organisatie van kwalitatief onderzoek, case studies
5. datacleaning
6. analysetechnieken in SPSS (beschrijvende cijfers, (M)ANOVA, lineaire en logistische regressie, cluster- en factoranalyse)
7. tips voor het schrijven van een wetenschappelijke tekst

Aan het eind van de cursus moet de student:

1. weten waar relevante (wetenschappelijke) informatie kan gevonden worden en relevante informatie kunnen opzoeken
2. een concrete onderzoeksvraag kunnen formuleren
3. methodologische keuzes kunnen maken en beargumenteren inzake steekproefkader, steekproef, respondent, bevragingmethode en responsstrategie
4. een vragenlijst kunnen opstellen die past bij de gehanteerde bevragingmethode (telefonisch, schriftelijk en face-to-face)
5. data analyseklaar kunnen maken

6. data uit kwantitatief onderzoek en kwalitatief onderzoek kunnen beschrijven en analyseren
7. de gevonden resultaten op wetenschappelijke wijze kunnen rapporteren

Voor de leeractiviteit Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoeksdomein OM (3 studiepunten)

Dit methodologisch deel gaat in op de aanwending van kwantitatieve methodes voor het oplossen van reële ondernemingsproblemen, waarbij de volgende methodes aangereikt zullen worden:

1. Lineaire programmering
2. Transport-, toewijzings- en transshipment problemen
3. Beslissingen onder onzekerheid (beslissingsbomen)
4. Simulatie

Aan het eind van de cursus moet de student:

1. Een bedrijfseconomische situatie kunnen omzetten naar een kwantitatief model
2. Het geconstrueerde model kunnen oplossen met de geschikte techniek
3. Pro's en contra's van de geziene methodes kunnen formuleren
4. De geldigheid van verschillende technieken kunnen bepalen
5. Interpretatie van de resultaten van de toegepaste methodes in termen van de vooropgestelde bedrijfseconomische situatie

Voor de leeractiviteit Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoeksdomein FM (3 studiepunten)

De leeractiviteit Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoeksdomein FM wordt opgebouwd op basis van de belangrijkste onderdelen van wetenschappelijke artikelen in de finance-literatuur. Voor elk onderdeel van een artikel worden de belangrijkste beslissingen en aandachtspunten (Wat is het doel? Welke alternatieve benaderingswijzen zijn er? Hoe kies je de gepaste aanpak? enz.) kritisch besproken aan de hand van voorbeelden uit (gepubliceerde) papers:

1. De abstract en de introductie
2. Het literatuuroverzicht en de ontwikkeling van de onderzoekshypothese(s)
3. De gegevensverzameling en de steekproefopstelling
4. De econometrische methodologie
5. De bespreking van de resultaten
6. De conclusies
7. De literatuurlijst

Aan het eind van deze leeractiviteit moet de student in staat zijn om een academische paper uit het onderzoeksdomein Financieel Management (zowel in zijn geheel als wat de afzonderlijke bestanddelen van de paper betreft) kritisch te analyseren en te beoordelen. Daarnaast stelt deze leeractiviteit zich tot doel de student verregaande ondersteuning te bieden bij de uitwerking van de masterproef.

Voor de leeractiviteit Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoeksdomein AF (3 studiepunten)

Het opleidingsonderdeel Onderzoeksmethodologie (coördinator Martine Cools) eigen aan het onderzoeksdomein AF (3 studiepunten) biedt ondersteuning voor het uitwerken van de meesterproef. Het concrete doel is de studenten in staat te stellen de bestaande wetenschappelijke literatuur kritisch te evalueren, en om hen vertrouwd te maken met de onderzoeksmethodes die gangbaar zijn binnen Accountancy en Fiscaliteit.

Inhoud:

1. Inleiding tot de meesterproef
 - Algemene uitleg over de opbouw van de meesterproef en van het methodologische vak
 - Inleidende tips voor het uitvoeren van wetenschappelijk onderzoek (i.v.m. dataverzameling, literatuur, rapporteren...)
 - Aanreiken van thema's voor de literatuurproef: meesterproef door de promotoren
2. Onderzoeksmethodes
 - Survey onderzoek: steekproeftrekking, vragenlijst, dataverzamelingsproces, responsstrategieën, data input en cleaning.
 - Kwalitatief onderzoek: wat is kwalitatief onderzoek, hoe bereik je betrouwbare onderzoeksresultaten op basis van case studies, illustratie met behulp van CAQDAS
 - Verwerken van datareeksen: vertalen van onderzoeksvragen naar data-noden, correlatie versus causaliteit (exogene versus endogene variabelen), data-inspectie en voorafgaande analyse, keuze van de geschikte kwantitatieve methode.
3. Analyseren van de overige onderdelen van een wetenschappelijke paper
 - Abstract, inleiding, literatuuroverzicht
 - Resultaten, discussie, conclusie, referentielijst

Voor de leeractiviteit Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoeksdomein IZW (3 studiepunten)

Het opleidingsonderdeel Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoeksdomein IZW gaat in op de verschillende fases en methodes van het onderzoeksproces. Deze leeractiviteit stelt zich tot doel de student het nodige inzicht te bieden bij de methodologische uitwerking van (wetenschappelijk) onderzoek.

Volgende thema's worden behandeld:

1. Inleiding tot onderzoeksmethodologie
 - a. Algemene uitleg over de opbouw van het methodologische vak
 - b. Inleiding tot wetenschappelijk onderzoek: literatuuronderzoek, dataverzameling en -verwerking, rapporteren.
2. Onderzoeksmethodes

- a. Enquête onderzoek: steekproeftrekking, vragenlijst, dataverzamelingsproces, responsstrategieën, data invoeren en bewerken.
- b. Kwalitatief onderzoek: wat is kwalitatief onderzoek, hoe bereik je betrouwbare onderzoeksresultaten op basis van gevalstudies, illustratie met behulp van CAQDAS
- c. Verwerken van datareeksen: vertalen van onderzoeksvragen naar datanoden, correlatie versus causaliteit (exogene versus endogene variabelen), data-inspectie en voorafgaande analyse, keuze van de geschikte kwantitatieve methode.

Aan het einde van de cursus moeten studenten in staat zijn om relevante onderzoeksvragen te kunnen formuleren voor internationale managementproblemen, verschillende relevante onderzoeksmethodologieën kunnen toepassen, vragen (lijsten) kunnen (op)stellen die passen bij de verschillende onderzoeksmethodologieën, en tenslotte data kunnen bewerken, beschrijven en analyseren.

Voor de leeractiviteit Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoeksdomein Marketing

Het opleidingsonderdeel Onderzoeksmethodologie (docent Kelly Geyskens) eigen aan het onderzoeksdomein Marketing (3 studiepunten) gaat in op de verschillende fasen van het onderzoeksproces. De colleges lopen parallel met en dienen ter ondersteuning van de masterproef. De behandelde topics worden steeds geïllustreerd aan de hand van wetenschappelijke papers uit het domein zodat de student leert hoe men kritisch moet omgaan met een wetenschappelijke paper en tot de masterpaper moet komen.

Volgende thema's worden behandeld:

1. informatie over de procedure van de masterproef in de afstudeerrichting Marketing
 - a. Welke onderzoeken kan je doen (i.e. mogelijke onderwerpen?)
 - b. hoe doe je onderzoek (onderzoeksvragen, onderzoeksopzet...)?
 - c. Hoe zoek je relevante literatuur?
2. opzet en organisatie van kwantitatief onderzoek, survey design
3. opzet en organisatie van kwalitatief onderzoek, case studies
4. datacleaning
5. analysetechnieken in SPSS (beschrijvende cijfers, (M)ANOVA, lineaire en logistische regressie, cluster- en factoranalyse)
6. tips voor het schrijven van een wetenschappelijke tekst

Aan het eind van de cursus moet de student:

1. weten waar relevante (wetenschappelijke) informatie kan gevonden worden en relevante informatie kunnen opzoeken
2. een concrete onderzoeksvraag kunnen formuleren
3. een concrete onderzoeksvraag kunnen formuleren
4. methodologische keuzes kunnen maken en beargumenteren inzake steekproefkader, steekproef, respondent, bevragsingsmethode en responsstrategie
5. een vragenlijst kunnen opstellen die past bij de gehanteerde bevragsingsmethode (telefonisch, schriftelijk en face-to-face)
6. data analyseklaar kunnen maken
7. data uit kwantitatief onderzoek en kwalitatief onderzoek kunnen beschrijven en analyseren
8. de gevonden resultaten op wetenschappelijke wijze kunnen rapporteren

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Syllabus samengesteld door de docent(en)
Capita selecta uit de aanbevolen leermiddelen
Teksten en slides worden verspreid via Toledo

Aanbevolen leermiddelen

Gemeenschappelijk gedeelte

Hair, J.F., et al. (2006), *Multivariate Data Analysis*, Pearson, Prentice Hall, 6th ed., 899 p.

Sharma, S., (1996), *Applied Multivariate Techniques*, John Wiley & Sons Inc., 493 p.

Studenmund, A.H., (2006), *Using Econometrics. A practical Guide*, Pearson Addison Wesley, 5th ed. 639 p.

Afstudeerrichtingspecifiek gedeelte

Aanbevolen literatuur wordt meegedeeld via Toledo.

Operations Management:

Hillier and Hillier, *Introduction to Management Science with Student CDrom*, 3de uitgave, McGraw Hill, 2008.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- paper/verslag
- Andere: Gemeenschappelijk gedeelte (3 studiepunten) Schriftelijk examen

1e examenperiode (januari)

Schriftelijk examen voor het gemeenschappelijk gedeelte (50%).

Voor de leeractiviteit HRM

Er worden 5 taken (50%) ingelast voor het afstudeerrichting specifieke luik HRM waarop elke student individueel beoordeeld wordt. De eerste taak bestaat uit het volgende:

1. Formuleer een onderzoeksvraag en beschrijf een onderzoeksopzet dat gepast is om deze onderzoeksvraag te beantwoorden (de methodologische keuzes die gemaakt worden, moeten kort beargumenteerd worden) (max. 3 pagina's) (week 5, semester 1)

Voor de leeractiviteit OM

Schriftelijk examen.

Voor de leeractiviteit FM

Schriftelijk examen waarbij de student één of meerdere papers uit het onderzoek domein Financieel Management voorgelegd krijgt. Vervolgens wordt de student gevraagd om specifieke bestanddelen uit deze paper(s) kritisch te analyseren en eventueel suggesties te doen ter verbetering

Voor de leeractiviteit AF

Schriftelijk examen: kritisch analyseren van wetenschappelijke papers

Voor de leeractiviteit IZW

Formuleer een onderzoeksvraag binnen de afstudeerrichting die een verband heeft met het onderwerp van de masterproef en beschrijf drie duidelijke verschillende onderzoeksmethodes die gepast zijn om deze onderzoeksvraag te beantwoorden.

Voor de leeractiviteit Marketing

Er worden 5 taken ingelast voor het afstudeerrichting specifieke luik Marketing waarop elke student individueel beoordeeld wordt. De eerste taak bestaat uit het volgende:

1. Formuleer een onderzoeksvraag en beschrijf een onderzoeksopzet dat gepast is om deze onderzoeksvraag te beantwoorden (de methodologische keuzes die gemaakt worden, moeten kort beargumenteerd worden) (max. 3 pagina's) (week 5, semester 1)

2e examenperiode (juni)

Voor HRM vervolgt dit met:

2. Voer een (M)ANOVA-analyse uit op een ter beschikking gesteld databestand en beschrijf de ondernomen stappen en de resultaten (week 1, semester 2)
3. Voer een logistische regressie uit op een ter beschikking gesteld databestand en beschrijf de ondernomen stappen en de resultaten (week 2, semester 2)
4. Voer een clusteranalyse uit op een ter beschikking gesteld databestand en beschrijf de ondernomen stappen en de resultaten (week 3, semester 2)
5. Voer een factoranalyse uit op een ter beschikking gesteld databestand en beschrijf de ondernomen stappen en de resultaten (week 4 semester 2)

Voor Marketing vervolgt dit met:

2. Voer een (M)ANOVA-analyse uit op een ter beschikking gesteld databestand en beschrijf de ondernomen stappen en de resultaten (week 1, semester 2)
3. Voer een logistische regressie uit op een ter beschikking gesteld databestand en beschrijf de ondernomen stappen en de resultaten (week 2, semester 2)
4. Voer een clusteranalyse uit op een ter beschikking gesteld databestand en beschrijf de ondernomen stappen en de resultaten (week 3, semester 2)
5. Voer een factoranalyse uit op een ter beschikking gesteld databestand en beschrijf de ondernomen stappen en de resultaten (week 4 semester 2)

3e examenperiode (augustus/september)

Analoog aan voorafgaande examenperiodes

Examencontract

zoals voor de andere reguliere studenten

Begeleiding

HRM:

Sophie De Winne is bereikbaar via telefoon (03/201.18.37 of 016/32.66.85) of via e-mail (sophie.dewinne@lessius.eu)

OM:

Tom Van Woensel is bereikbaar via e-mail (tom.vanwoensel@lessius.eu)

FM:

Steve Van Uytbergen is zowel telefonisch (03/201.18.76) als via e-mail bereikbaar (steve.vanuytbergen@lessius.eu).

Bank - en verzekeringswezen

Code: FM1oBkVerzW

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Eetezonne Werner, Van Heukelom Pieter

Coördinator: Dewaelheyns Nico

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Bank- en verzekeringswezen

Inhoud

Binnen de module "Bankwezen" krijgen de studenten in de eerste plaats een overzicht van de verschillende soorten financiële instellingen en hun voornaamste activiteiten. Met het oog op het beschrijven van de omgeving waarbinnen financiële instellingen actief zijn, wordt vervolgens het relevante reglementaire kader besproken. In het laatste deel van deze module wordt het (risico-)beheer van financiële instellingen behandeld.

In de module "Verzekeringswezen" worden de studenten vertrouwd gemaakt met het typische verzekeringsjargon en met de werking van de belangrijkste verzekeringsproducten, met bijzondere aandacht voor risicoanalyse. Ook de voornaamste mathematische aspecten van verzekeringen komen daarbij aan bod.

Deel 1: Overzicht van het verzekeringswezen

1. Ontstaan en ontwikkeling van het verzekeringswezen
2. Classificaties in de verzekeringen
3. De verzekeringssector als economische factor
4. De distributie van verzekeringsproducten
5. De wet op de landsverzekering
6. Overzicht van de voornaamste verzekeringstakken
7. De Belgische en Europese omgevingsfactoren

Deel 2: Risicobeheer in de onderneming

1. Inleiding
2. Doelstellingen
3. Identificatie van de risico's
4. Evaluatie van de risico's
5. Risicoreductie door spreiding en diversificatie
6. Risicotransferen via contractuele weg
7. Vrijstellingen vanuit praktisch standpunt

Deel 3: Modellen

1. Denkwijze van de risicobeheerder
2. Studie van "EFQM"
3. Verzekeringsoverzicht producten particulier/ ondernemingen
4. Casestudy 1 en 2
5. Dienstverlening van een verzekeraar
6. Schadebeheer en vergoedingen

Doelstellingen

Beschrijving

Dit opleidingsonderdeel stelt zich tot doel de studenten vertrouwd te maken met de algemene werking van financiële instellingen. Zowel de traditionele "bancaire" activiteiten als de verzekeringsactiviteiten komen daarbij aan bod.

Vereiste voorkennis

Competenties

Basisbegrippen van ondernemingsfinanciering, financiële rapportering en financiële algebra.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Voor het gedeelte Verzekeringswezen:

Claes, P. (2004), *Risicomanagement*, Stenfert Kroese, 300 blz.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

1e examenperiode (januari)

50% voor het gedeelte Bankwezen

50% voor het gedeelte Verzekeringswezen

3e examenperiode (augustus/september)

zie 1e Examenperiode

Examencontract

Idem als voor reguliere studenten.

Begeleiding

De student kan naast de colleges en de leermiddelen op het leerplatform steeds terecht bij de docenten voor verdere toelichtingen.

Beleggingsleer

Code: FM1oBeLr

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Dewaelheyns Nico, Van Uytbergen Steve

Coördinator: Van Uytbergen Steve

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Beleggingsleer

Inhoud

Het opleidingsonderdeel "Beleggingsleer" bestaat uit twee modules: "Financiële markten, portefeuilletheorie en evenwichtsmodellen" en "Vastrentende instrumenten, derivaten en actief portefeuillebeheer".

In de eerste module (*Financiële markten, portefeuilletheorie en evenwichtsmodellen*) wordt een overzicht gegeven van de verschillende instrumenten die op de financiële markten beschikbaar zijn, de methodes waarop ze verhandeld worden en de manieren waarop ze in een beleggingsportefeuille kunnen opgenomen worden (bv. via beleggingsfondsen of via directe aankoop effecten). In het deel over portefeuilletheorie wordt besproken hoe het risico en het rendement van een financieel actief gemeten kunnen worden en hoe die kennis gebruikt kan worden bij het vormen van optimale beleggingsportefeuilles. Vervolgens komen de belangrijkste financiële evenwichtsmodellen (bv. capital asset pricing model, arbitrage pricing theory models, etc.) en de efficiëntie van de kapitaalmarkten aan bod.

De tweede module bevat een grondige analyse van *vastrentende instrumenten, derivaten en actief portefeuillebeheer*. Na een overzicht van de prijsbepaling van vastrentende effecten en de termijnstructuur van intrestvoeten wordt aandacht geschonken aan de samenstelling en het risicobeheer van obligatieportefeuilles. Vervolgens worden het waarderen van opties, futures en andere afgeleide financiële producten en hun toepassingen binnen portefeuillebeheer behandeld. Module twee eindigt met een bespreking van actief portefeuillebeheer: hoe de performantie van een beleggingsportefeuille kan beoordeeld worden, wat de mogelijkheden van internationale diversificatie zijn, etc.

Doelstellingen

Beschrijving

Het opleidingsonderdeel "Beleggingsleer" heeft als doel de studenten vertrouwd te maken met de belangrijkste theorieën en concepten in verband met het samenstellen en waarderen van beleggingsportefeuilles. Na het volgen van het opleidingsonderdeel moeten studenten in staat zijn op een gefundeerde manier financiële instrumenten te waarderen, die instrumenten samen te brengen in portefeuilles en het risico van die portefeuilles te kunnen inschatten en opvolgen.

Vereiste voorkennis

Competenties

Studenten moeten vertrouwd zijn met de basisconcepten van financiële algebra, financiële theorie en financiële instrumenten.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Handboek: Bodie, Z., A. Kane & A.J. Marcus (2007/2008), *Investments* (7th Edition), McGraw-Hill.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

1e examenperiode (januari)

Schriftelijk examen.

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen.

Examencontract

Schriftelijk examen.

Begeleiding

Naast het handboek en het materiaal op de leeromgeving kunnen de studenten steeds terecht bij de docenten voor verdere toelichting.

Finance: capita selecta

Code: FM1oFinCS

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Dewaelheyns Nico, Franck Tom, Schoubben Frederiek, Van Uytbergen Steve

Coördinator: Dewaelheyns Nico

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Finance: capita selecta

Inhoud

Het opleidingsonderdeel bestaat uit meerdere modules, waarbij ieder academiejaar slechts één module, met name "Internationale Financiering", vastligt. In deze module worden de implicaties van internationale instituties (wisselkoersen, monetaire regimes) op financiële stromen en de bijhorende bedrijfsbeslissingen bestudeerd. Hierbij verwerven de studenten een raamwerk om financiële beslissingen in een internationale context te evalueren.

De inhoud van de overige modules kan jaarlijks variëren afhankelijk van de recente ontwikkelingen in de wetenschappelijke literatuur en/of het werkveld. Voor dit academiejaar komen o.a. Behavioral Finance en fusies en overnames aan bod:

Behavioral Finance:

Behavioral Finance (BF) analyseert en verklaart fenomenen die vanuit een rationele beslissingstheorie als irrationeel gedrag of "anomalieën" worden beschouwd. BF probeert dan ook een beter inzicht te krijgen in de karakteristieken van investeringspsychologie en de impact daarvan op de volatiliteit en het niveau van de aandelenkoersen. Vooral de concepten van marktefficiëntie kunnen op deze manier anders geïnterpreteerd worden. BF levert echter ook een belangrijke bijdrage aan de Portfoliotheorieën en theorieën uit de ondernemingsfinanciering. In dit topic zal in de eerste plaats aandacht besteed worden aan "irrationele" of "quasi rationale" beslissingspatronen. Daarnaast worden de theorieën rond marktefficiëntie geanalyseerd vanuit de BF invalshoek en zullen enkele van de bijhorende anomalieën verklaard worden d.m.v. het "quasi rationale" denkkader. Tot slot zal er ingegaan worden op de invloed van BF bij het analyseren en verklaren van "irrationele" bedrijfsvoering.

Fusies & overnames:

De voorbije paar jaar is een nieuwe wereldwijde golf van fusies en overnames ontstaan. Deze module heeft als doel een overzicht te geven van de voornaamste aspecten van mergers & acquisitions vanuit een financieel perspectief. Onderwerpen die aan bod zullen komen zijn o.a. types van fusies en overnames, motivaties, hot & cold markets, financieringstechnieken, verdedigingsmechanismes, impact op beurskoers van overnemer en overnamedoel, etc. Tenslotte zal er extra aandacht worden besteed aan consolidatie binnen de financiële sector.

Doelstellingen

Beschrijving

De doelstelling van dit opleidingsonderdeel bestaat erin de studenten in contact te brengen met recente ontwikkelingen in het domein van financiering. Zowel de theoretische achtergrond als praktische toepassingen hiervan worden bestudeerd. Na het volgen van het opleidingsonderdeel moeten studenten in staat zijn om de aangereikte theorieën te bevatten en deze op concrete situaties toe te passen.

Vereiste voorkennis

Competenties

Basisinzichten inzake ondernemingsfinanciering & beleggingsleer.
Financiële algebra.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

2e examenperiode (juni)

Schriftelijk examen met puntenverdeling pro rata de omvang van het capitulum.

3e examenperiode (augustus/september)

Zie 2de examenperiode

Examencontract

Idem als voor reguliere studenten.

Begeleiding

De student kan naast de colleges en de leermiddelen op het leerplatform steeds terecht bij de docenten voor verdere toelichtingen.

Vermogensplanning

Code: FM1oVermPI

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Dieltiens Eugeen, Van Uytbergen Steve

Coördinator: Van Uytbergen Steve

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Vermogensplanning

Inhoud

Binnen het geheel van deze cursus wordt aandacht geschonken aan de belangrijkste privaatrechtelijke, vennootschapsrechtelijke én fiscale aspecten van vermogensplanning. Aan de hand van talrijke toepassingen en praktijkvoorbeelden wordt ernaar gestreefd dat de studenten de competentie verwerven om aan (relatief eenvoudig) privé-vermogensbeheer te doen. Concreet bestaat het opleidingsonderdeel "Vermogensplanning" uit drie delen. Het eerste deel is daarbij puur inleidend en behelst met name een *begripsafbakening*. In het tweede deel wordt de studenten aangeleerd hoe een *particuliere vermogenssituatie* dient te worden geanalyseerd en geëvalueerd. Hierbij wordt tevens een overzicht gegeven van de ter beschikking staande particuliere vermogensbronnen en –aanwendungen. De eigenlijke *planningstechnieken* vormen tenslotte het onderwerp van het derde en laatste deel.

Doelstellingen

Beschrijving

Aan het einde van dit opleidingsonderdeel moeten de studenten in staat zijn om (1) een inventaris op te maken van de vermogenssituatie van particulieren, (2) een financieel toekomstplan uit te werken voor particulieren aan de hand van de ter beschikking staande financiële, juridische, fiscale en verzekeringstechnische instrumenten, en (3) de relevante overwegingen te maken bij de specifieke financiële beslissingen waarmee de doorsnee particulier zich tijdens zijn levensloop typisch geconfronteerd ziet.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Handboek: Cools, H., *Almanak Vermogensplanning*, Standaard Uitgeverij (laatste editie).

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

2e examenperiode (juni)

Schriftelijk examen.

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen.

Examencontract

Schriftelijk examen.

Begeleiding

Naast het handboek en het materiaal op de leeromgeving kunnen de studenten steeds terecht bij de docenten voor verdere toelichting.

Erasmus uitwisselingsprogramma IV

Code: HW_oErasmIV
Groep: Erasmus
Studiepunten: 1
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 1 + 2
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: /
Coördinator: N. N.

Onderwijsactiviteiten

- Erasmus uitwisselingsprogramma IV

Advanced Management Accounting

Code: AF1oAMA
 Groep: /
 Studiepunten: 6
 Creditcontract mogelijk: Ja
 Examencontract mogelijk: Nee
 Deeltijds: /
 Semester: 1
 Onderwijstaal: Engels, Nederlands
 Docenten: Cools Martine, Weyns Paul
 Coördinator: Cools Martine

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Advanced Management Accounting

Inhoud

- o Dit vak is opgezet in drie modules in samenwerking met andere masters
- o De Module *Strategic Management Accounting* wordt georganiseerd in samenwerking met de master Operations Management, waar het een onderdeel uitmaakt van het vak 'Productontwerp- en ontwikkeling'. De volgende thema's worden behandeld:
 - § Cost allocations, Activity Based Costing, Activity Based Management
 - § Advanced manufacturing technology, JIT, target Costing, Product life-cycle costing
 - § Quality costing, total quality management en management accounting
 - § Value chain analysis en accounting
 - § Customer profitability analysis, competitor analysis
- o De Module *Management Control* legt de nadruk op:
 - § Responsibility Accounting
 - § Financiële prestatemaatstaven
 - § Niet-financiële prestatemaatstaven
 - § Balanced Scorecard
 - § Benchmarking analysis en management accounting
 - § Incentive plans
- o De Module *Multinational Accounting* wordt georganiseerd in samenwerking met de master Internationaal Zakenwezen, waar het een onderdeel uitmaakt van het vak 'International accounting and financial management'. De volgende thema's worden behandeld:
 - § Corporate governance in de context van MNEs, de gevolgen van Sarbanes-Oxley etc...
 - § Inleiding tot International Taxation (wordt uitgediept in de cursus 'BTW en andere belastingen', hier wordt de nodige aanzet gegeven om te kunnen ingaan op Transfer Pricing)
 - § Transfer pricing

Doelstellingen

Beschrijving

De studenten vertrouwd maken met de meer geavanceerde technieken van kostprijsberekening en strategisch management accounting (module 1), het gebruik van financiële en niet-financiële maatstaven voor management controle

(module 2), en de specifieke eigenschappen en vereisten van management accounting in een internationale omgeving (module 3)

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Horngren, C.T., S. Datar and G. Foster. 2006. *Cost Accounting, a Managerial Emphasis*. New Jersey , Prentice Hall Inc. 12th ed.

Evaluatie

Types

- mondeling examen
- paper/verslag
- presentatie

Examencontract

niet van toepassing wegens interactieve werkvorm tijdens de sessies

Begeleiding

Strategic Management Accounting: Paul Weyns
Management Control: Martine Cools
Multinational Accounting: Martine Cools en Paul Weyns

Fiscaliteit: Personen- en vennootschapsbelasting

Code: AF1oPersVenBel

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Callens Boudewijn, Van Rompay Christiaan

Coördinator: Crabbé Karen

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Fiscaliteit: Personen- en vennootschapsbelasting

Inhoud

Dit opleidingsonderdeel bestaat uit 2 modules: enerzijds "Personenbelasting" en anderzijds "Vennootschapsbelasting".

In de module "Personenbelasting" komen de volgende elementen aan bod:

- Inleiding
- Soorten belastingen
- Beginselen van belastingheffing
- Algemene kenmerken
- Wie is onderworpen aan de P.B.?
- Grondslag van de P.B.
- Onroerende inkomsten
- Roerende inkomsten
- Beroepsinkomsten
- Diverse inkomsten
- Aftrekbare bestedingen
- Uitgaven die recht geven op een belastingvermindering
- Aanslag van de echtgenoten en hun kinderen
- Aanslagberekening

De module "Vennootschapsbelasting" omvat de volgende elementen:

- Het toepassingsgebied van de Venn.B.
- De juridische grondslag van de Venn.B. (inclusief de bepaling van het fiscaal resultaat)
- De berekening van de belasting en van de voorheffingen
- De verdeling van het maatschappelijk vermogen

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Module "Personenbelasting": *Fiscale Gids*, Standaard Uitgeverij, laatste editie.

Module "Vennootschapsbelasting": Syllabus van de docent.

Evaluatie

Types

- mondeling examen

1e examenperiode (januari)

Mondeling examen voor beide modules.

3e examenperiode (augustus/september)

Mondeling examen voor beide modules.

Examencontract

Mondeling examen voor beide modules.

Begeleiding

Voor vragen i.v.m. de leerstof kan steeds contact worden opgenomen met de docenten.

Fiscaliteit: BTW en andere belastingen

Code: AF1oBTWea

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Beheydt Bart, Crabbé Karen, Dieltiens Eugeen, Van Uytbergen Steve

Coördinator: Crabbé Karen

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Fiscaliteit: BTW en andere belastingen

Inhoud

Dit opleidingsonderdeel bestaat uit 2 modules: enerzijds "Btw" en anderzijds "Andere belastingen".

In de module "Btw" komen de volgende elementen aan bod:

- Inleiding
- Btw-belastingplicht
- Werkingssfeer
- Maatstaf van heffing
- Tarief van de belasting
- Vrijstellingen
- Aftrek van voorbelasting
- De voldoening van de belasting
- Bijzondere regelingen
- Algemene procedure inzake btw

In de module "Andere belastingen" worden de volgende elementen behandeld:

- Internationale fiscaliteit
- Registratierechten
- Schenkings- en successierechten
- Overige belastingen (beknopt)
- Sociale zekerheidsbijdragen voor werknemers en zelfstandigen

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Syllabi van de docenten

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- mondeling examen

2e examenperiode (juni)

Mondeling examen voor de module "Btw" en schriftelijk examen voor de module "Andere belastingen".

3e examenperiode (augustus/september)

Mondeling examen voor de module "Btw" en schriftelijk examen voor de module "Andere belastingen".

Examencontract

Mondeling examen voor de module "Btw" en schriftelijk examen voor de module "Andere belastingen".

Begeleiding

Naast de cursus en het materiaal op de leeromgeving kunnen de studenten steeds terecht bij de docenten voor verdere toelichting.

Globale politieke en juridische omgeving

Code: IZ1oGPJO

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Govaerts Francois, Montangie Yves, Rochtus Dirk

Coördinator: De Beule Filip

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Globale politieke en juridische omgeving

Inhoud

Een eerste module behandelt de economisch-rechtelijke normen van de Wereldhandelsorganisatie en van de Europese Unie. Er worden enkele typische contracten behandeld waarmee internationale managers geconfronteerd worden, alsook afdwinging van internationale contracten, internationaal procesrecht en handelsarbitrage.

- Economisch-rechtelijke normen in het kader van de Wereldhandelsorganisatie: GATT, GATS, TRIPS
- Bijzondere aspecten van Europees Economisch Recht:
 - Douane-unie en vrij verkeer (goederen, dienstverlening, vestiging, kapitaalverkeer en betalingsverkeer)
 - Steunmaatregelen van de lidstaten
 - Anti-dumpingregime
 - Geschillenregeling inzake Europees economisch recht
- Kenmerken van, clausules in en uitvoering/afdwinging van internationale handelscontracten

De tweede module gaat dieper in op de politieke omgeving in de verschillende landen en regio's van de wereld. De bestaande politieke systemen en geldende beleidsmaatregelen beïnvloeden ondernemings-strategie en –beleid. Er wordt ingegaan op de verschillende niveaus van overheid van regionaal, nationaal tot internationaal niveau en hoe daarop als internationaal bedrijf in te spelen.

Bijvoorbeeld:

- Actuele internationale politieke verhoudingen en hun belang voor internationale managers
- Europees besluitvormingsproces en impact van Europees beleid op ondernemingen
- Belang en impact van Belgisch en Vlaams buitenlands beleid op privé-sector

Doelstellingen

Beschrijving

Studenten kunnen aan het einde van dit opleidingsonderdeel de impact van de globale verschillen in de politieke en juridische omgeving op het internationale strategische en operationele ondernemingsbeleid van een bedrijf evalueren en managen.

Evaluatie

Types

- mondeling examen

Begeleiding

De studenten kunnen steeds terecht bij de docenten voor verdere toelichting.

Internationaal zaken doen

Code: IZ10IZD

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1 + 2

Onderwijstaal: Nederlands

Coördinator: De Beule Filip

Docenten: De Beule Filip, De Vylder Gerrit, Dejonghe Trudo, Nauwelaerts Ysabel, Roctus Dirk, Van Beveren Ilke

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Internationaal zaken doen

Inhoud

Deze cursus bestaat uit vier modules. De eerste module beschrijft de basisconcepten en economische modellen ter evaluatie en implementatie van internationale locatiekeuzes.

De tweede module behandelt de betekenis van lokalisatie/globalisatie voor individuele sectoren. De volgende sectoren worden daarbij specifiek behandeld:

- Industrie: Kleding en mode; high-tech; automobiel; agro-food.
- Diensten: Detailhandel; distributie.

De derde module bespreekt het zaken doen in verschillende regio's. Ieder land en/of regio wordt vanuit een verschillend (cultureel, politiek, economisch, management) perspectief behandeld zodat een holistisch inzicht wordt verschaft van internationaal zaken doen. De volgende landen en/of regio's worden daarbij specifiek behandeld:

- Azië (Japan, China, India, ASEAN)
- Europa (EU, Rusland)
- Noord-Amerika (VS, NAFTA)
- Latijns-Amerika (Centraal en Zuid-Amerika)
- Afrika (Zuidelijk Afrika)

De laatste module gaat dieper in op de betekenis van globalisatie voor gast- en thuislanden, en verschaft inzichten over de huidige anders-globalisatie.

Doelstellingen

Beschrijving

Studenten hebben aan het einde van dit opleidingsonderdeel affiniteit met internationaal zaken doen in verschillende landen en regio's.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Titel: Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy
Auteur: Peter Dicken
Edition: Fifth edition
ISBN: 9781412929554
Publisher: Sage Publications Ltd.

Evaluatie

Types

- mondeling examen
- paper/verslag
- presentatie

2e examenperiode (juni)

De studenten dienen een marktanalyse te maken van een uitgekozen sector in een bepaalde regio/land.

Deze studie dient gepresenteerd en mondeling verdedigd te worden.

Begeleiding

De studenten kunnen steeds terecht bij de docenten voor verdere toelichting.

Internationale management strategie

Code: IZ1oIMStr
Groep: /
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 1
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: De Beule Filip, Lamey Lien
Coördinator: De Beule Filip

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Internationale management strategie

Inhoud

De eerste module van deze cursus behandelt waarom en hoe bedrijven internationaliseren. Dit onderdeel benadrukt de basisconcepten en economische modellen die essentieel zijn voor het evalueren en implementeren van internationale strategieën. Vervolgens worden de verschillende internationalisatiemodes doorgelicht, zoals export; licentie, franchise en andere contractuele vormen; internationale 'joint ventures'; volledige dochterondernemingen; en strategische allianties. Hierbij wordt de nadruk gelegd op het internationaal management. De interface in de waardeketen van onderzoek en ontwikkeling tot marketing en verkoop zal daarbij benadrukt worden.

De tweede module van deze cursus behandelt de marketing van internationaal zaken doen. De verschillende aspecten van producten en diensten internationaal te verkopen worden daarbij behandeld, met inbegrip van distributie en reclame.

Doorheen de cursus worden voorbeelden gebruikt uit verschillende soorten markten, van bestaande markteconomieën tot nieuwe groeimarkten.

Doelstellingen

Beschrijving

Studenten kunnen aan het einde van dit opleidingsonderdeel het internationale strategische en operationele ondernemingsbeleid van een bedrijf evalueren en sturen, zowel in KMOs als in MNOs.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Title: Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing and Global Management

Author: JOHANSSON, Johnny K.
Edition: International Edition
ISBN: 0071244549

Werkvormen

Omschrijving

De cursus bestaat deels uit hoorcolleges, en deels uit gevalstudies en literatuuranalyses.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- mondeling examen
- paper/verslag
- presentatie

- permanente evaluatie

1e examenperiode (januari)

Studenten moeten in groep een internationaal businessplan ontwikkelen, presenteren en verdedigen.

Voorts is er een schriftelijk examen over de inhoud van het handboek en de hoorcolleges.

De schriftelijke voorbereiding van de gevalstudies en artikels dient als permanente evaluatievorm.

Begeleiding

De studenten kunnen steeds terecht bij de docenten voor verdere toelichting.

Toegepaste marketing

Code: MM1oToegMark

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Lagae Wim, Lamey Lien, Van Aelst Marc, Van Beirendonck Jules

Coördinator: Lagae Wim

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Toegepaste marketing

Inhoud

Luik 1. Verdieping Dienstenmarketing (Wim Lagae – 1.5SP)

Kennismaking met diensten(producten)

Diensten strategisch positioneren in de markt

Het dienstenproduct

Prijzetting van diensten: ratio of perceptie?

Het belang van plaats en tijd

Diensten als processen

Personeel als cruciale factor

Perceptie en kwaliteit

Luik 2. Retailing (Jules Van Beirendonck – 1.5 SP)

Het retail landschap

Machtsverschuiving binnen distributiesector

Groeiend succes van huismerken

Opkomst van hard discounters

Luik 3. Marketinginformatieverzameling (Kelly Geyskens/Lien Lamey – 1.5SP)

Marketingdata (commerciële en andere bronnen)

Onderzoekstype

Waarnemingsmethode

Type gegevensbron

Intern

Extern

Statistieken

Rapporten

Syndicated services (consumentenpanel, A.C. Nielsen, Mediamark, Centrum voor Informatie over de Media)

Lezingen van gastsprekers (AC Nielsen) met een case study.

Luik 4. Direct Marketing (Mark Van Aelst – Duval Guillaume Dialogic – 1.5SP)

Direct marketing: doelen en instrumenten

Klassieke en nieuwe mediakanalen

E-marketing (interactieve, virale en mobiele marketing)

Integratie online- en offline-marketing

Kennisgedreven CRM

Doelstellingen

Beschrijving

1. Inzicht hebben in de relevantie van de verschillen de theorieën en concepten binnen het vakgebied van de diensten marketing
2. Een grondig inzicht hebben in de centrale concepten van retailing.
3. Marketingdata kunnen verzamelen, verwerken en interpreteren
4. Een diepgaand inzicht hebben in databasemarketing en deze kunnen toepassen op actuele gevalstudies

Vereiste voorkennis

Competenties

Voorkennis:

- Inleiding tot de marketing
- Strategische marketing

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Maegherman, K. (2007), Marketing van Diensten, Garant.
Powerpoint presentaties Lien Lamey én aanvullende teksten (Toledo-leeromgeving)

Aanbevolen leermiddelen

Aanbevolen literatuur:
Christensen, Larry B.,
Experimental Methodology, Boston, MA: Pearson Education, Inc., 2001, ninth
edition, ISBN 020539691.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- mondeling examen
- paper/verslag
- presentatie

1e examenperiode (januari)

Voor elk inhoudelijk luik is een aangepaste examenvorm:

- dienstenmarketing: presentatie in groep (procesevaluatie) en schriftelijk examen (.../5p.)
- direct marketing: mondeling examen met schriftelijke voorbereiding (.../5p.)
- marketinginformatie: procesevaluatie met groepswork aan gekoppeld (..../5p.)
- Retailing: mondeling examen met schriftelijke voorbereiding (..../5p.)

Examencontract

Idem als voor reguliere studenten

Begeleiding

Studenten kunnen altijd persoonlijk of via e-mail problemen melden of advies krijgen.

Marketingcommunicatie

Code: MM1oMComm

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Lagae Wim, Verckens Jan Pieter

Coördinator: Lagae Wim

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Marketingcommunicatie

Inhoud

Bedoeling van dit opleidingsonderdeel is om recente ontwikkelingen in het domein van de promotie of marketingcommunicatie adequaat te situeren. Na een voorstelling van geïntegreerde communicatie is er een analyse van doelen en doelgroepen. Vervolgens wordt de segmentatie- en positioneringsproblematiek geanalyseerd. Er is een diepgaande analyse van de verschillende instrumenten van geïntegreerde marketingcommunicatie (Public Relations, Public Affairs, Crisiscommunicatie, Sponsoring, Reclame (en effectiviteit), Sales promotions, ...) en mediakanalen, ook aan de hand van cases en geïntegreerde praktijklezingen. De ultieme klemtoon ligt op de situering van communicatie met de markt, waarbij deze laatste gefinancierd wordt in termen van afnemers (vooral BtC en ook BtB).

INHOUD (overal Wim Lagae, tenzij JPV (=Jan Pieter Verckens))

1. Geïntegreerde communicatie

Externe communicatie (corporate communicatie)

Interne communicatie (ondernemingscommunicatie/ corporate) (JPV)

De communicatiemix

Integratie van marketing- en ondernemingscommunicatie

Kansen en belemmeringen voor geïntegreerde communicatie

2. Strategie van marketingcommunicatie

Opbouwen van merkwaarde

Werking van marketingcommunicatie

Doelgroepen

Doelstellingen

Budgetten

3. Instrumenten van marketingcommunicatie

Reclame

Sponsoring

PR

Hospitality en relatiemarketing (WL)

Persbenadering (JPV)

Winkelpuntcommunicatie

4. Crossculturele communicatie (JPV)

Dimensies van cultuur (Hofstede)

Crossculturele marketingcommunicatie

5. Capita selecta in marketingcommunicatie (WL)

Databasemarketing(communicatie)

Inzetten van sponsored magazines

Business-to-business communicatie

6. Effectiviteit van communicatie (JPV)

Interne communicatie (communicatie-audit)

Externe communicatie (effectmeting)

Doelstellingen

Beschrijving

1. Inzicht hebben in de relevantie van de verschillen de theorieën binnen het vakgebied van de werking van reclame en marketingcommunicatie
2. Een grondig inzicht hebben in de samenhang tussen de doelstellingen, instrumenten en media van marketingcommunicatie en hun praktijkrelevantie
3. Data kunnen verzamelen, verwerken en interpreteren rond de effectiviteit van instrumenten van marketingcommunicatie
4. Een diepgaand inzicht hebben in processen van interne en externe communicatie

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

CURSUSMATERIAAL (voorlopig)

De Pelsmacker, P., Geuens, M., van den Bergh, J. (2005), *Marketingcommunicatie*, Pearson Education Europe, 2d ed., 509p.

Lagae, W. (2006), Marketingcommunicatie in de sport, 2de ed., Amsterdam, Pearson Education Benelux, 292p.

Selectieve bibliografie voor interne en marketingcommunicatie.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- mondeling examen
- permanente evaluatie

2e examenperiode (juni)

Als de groep masterstudenten Marketingmanagement niet groter is dan ongeveer 12 dan gebruiken we permanente evaluatie als evaluatievorm. Als de groep groter is dan 15 wordt gekozen voor een combinatie van schriftelijk en mondeling examen.

Examencontract

Idem als voor reguliere studenten.

Begeleiding

Studenten kunnen altijd persoonlijk of via e-mail problemen melden of advies krijgen.

Consumentengedrag

Code: MM1oConsGedr
Groep: /
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 2
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Geyskens Kelly, Vandecasteele Bert
Coördinator: Geyskens Kelly

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Consumentengedrag

Inhoud

De consumentenpsychologie bestudeert de cognitieve, affectieve, en gedragsmatige reacties van consumenten op producten en diensten, en op de marketing van die producten en diensten. Ieders leven is doordrongen van het 'consument zijn', wat van het consumentengedrag een interessant theoretisch studiedomein op zich maakt. We bekijken het domein echter ook vanuit twee meer pragmatische invalshoeken. De onderzoeker met maatschappelijke oriëntatie bestudeert hoe en waarom consumenten redeneerfouten maken die hun eigen welzijn kunnen schaden, en wat daaraan gedaan kan worden. Daarnaast is er het perspectief van de marketingmanager: marketers die begrijpen hoe hun consumenten denken, voelen en handelen, kunnen meer effectieve marketingprogramma's maken die hen toelaten een competitief voordeel in de markt te verwerven. De cursus besteedt vooral aandacht aan het leer- en keuzegedrag van de consument, omdat precies vanuit beide toegepaste perspectieven hier de belangrijkste inzichten te vinden zijn.

Deel I : Hoe consumenten productkennis verkrijgen, ophalen, en gebruiken
Aandacht en begripsvorming
Het geheugen van de consument
Productevaluatie en voorkeuren
Keuzegedrag
De kwetsbare consument: vertekeningen in het keuzegedrag

Deel II : Overtuiging en beïnvloeding
De verschillende benaderingen tot overtuiging
Principes van zelf-overtuiging
Principes van sociale beïnvloeding
De weerbare consument: overtuigingskennis

Deel III : Besluitvorming door managers
Online consumentengedrag
Segmentatiestrategieën
Productontwikkeling, management en merksterkte
Vertekeningen in de besluitvorming van managers
Strategieën tot verbetering van de besluitvorming van managers

Deel IV: Onderzoek naar consumentengedrag
Consumenteninnovativiteit (Bert Vandecasteele)
Zelfcontrole in consumentengedrag

Doelstellingen

Beschrijving

Het doel van de studie naar consumentengedrag is het besluitvormingsproces rond consumptiebeslissingen te begrijpen. Hierbij wordt tevens de invloed van familie, vrienden, referentiegroepen en de maatschappij in het algemeen op de consument in kaart gebracht.

Vereiste voorkennis

Competenties

Cursus 'inleiding tot de marketing' en 'strategische marketing'

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Kardes, Frank (2002), "Consumer behavior and managerial decision making", Reading, MA : Addison-Wesley, 2nd Ed.

Aanbevolen leermiddelen

Aanbevolen literatuur wordt meegedeeld via Toledo

Werkvormen

Omschrijving

De hoorcolleges betreffen het handboek en een aanvulling met relevante wetenschappelijke artikels. De studenten worden verwacht deze artikels zelf grondig door te nemen.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

2e examenperiode (juni)

Schriftelijk examen

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen

Begeleiding

Kelly Geyskens is bereikbaar via e-mail (kelly.geyskens@lessius.eu) of via telefoon (03/201.18.82)

Supply Chain Management

Code: OM1oSCMan

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Engels, Nederlands

Docenten: Van Woensel Tom

Coördinator: Van Woensel Tom

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Supply Chain Management

Inhoud

De informatie- en materiaalstroom in een supply chain wordt kritisch geanalyseerd, waarbij het belang van een goed voorraadbeheer binnen een aanbodsketen aan bod komt. Een hoge mate van participatie is nodig in deze cursus, zowel bij het oplossen van gevalstudies, als bij het spelen van het bierspel (beer game). Bij dit logistiek bedrijfssimulatiespel is de doelstelling aan te tonen hoe structuren in relaties met de wereld rondom de onderneming soms onverwachte en ongewenste resultaten opleveren.

Strategische betekenis betekenis van integrale logistiek

1. Competitief voordeel
2. Omgevingsfactoren
3. Integrale logistiek: omschrijving en kerngebieden
4. "What Is the Right Supply Chain for Your Product?"

Klantenservice

1. Het begrip "waarde"
2. De vijf dimensies van waarde
3. Customer service
4. Prestatie-indicatoren

Configuratie van een logistiek netwerk (Inclusief gevalstudie)

1. Nodige gegevens
2. Validering van model en data
3. Oplossingstechnieken

Voorraadbeheer

1. Bepalen van bestelpunt en ~grootte
2. Risk Pooling
3. Centrale en decentrale systemen
4. Voorraden in de logistieke keten

Gebruiken van informatie

Gevalstudie: Barilla SpA

1. Het bullwhip effect
2. Prognoses
3. Coördineren van systemen
4. Integratie

Strategische partnerships

Gevalstudie

1. Het globale kader
2. Third-Party Logistics
3. Partnerships

Informatietechnologie

1. Bedoeling van informatietechnologie
2. E-commerce en e-business
3. Componenten van een Supply Chain Management System

Doelstellingen

Beschrijving

Doel is het inzicht te verwerven dat de *interne* materiaal- en informatie-stroom ingebed ligt in de *totale* materiaal- en informatiestroom van de logistieke keten. De idee van lokale suboptimalisatie van elk deel van de keten weegt niet op tegen de globale optimalisatie van de totale keten.

De informatie- en materiaalstroom in een supply chain wordt kritisch geanalyseerd, waarbij het belang van een goed voorraadbeheer binnen een aanbodsketen aan bod komt. Een hoge mate van participatie is nodig in deze cursus, zowel bij het oplossen van gevalstudies, als bij het spelen van het bierspel (beer game). Bij dit logistiek bedrijfssimulatiespel is de doelstelling aan te tonen hoe structuren in relaties met de wereld rondom de onderneming soms onverwachte en ongewenste resultaten opleveren.

Vereiste voorkennis

Competenties

De bedrijfseconomische en statistische kennis zoals zij verworven is na het derde jaar bachelor handelswetenschappen of het schakelprogramma handelswetenschappen.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Handboek: Simchi-Levi, Kaminsky and Simchi-Levi, *Designing and managing the supply chain*, McGraw-Hill, 3de ed., 2008. Wetenschappelijke artikels en vakliteratuur zullen tijdens de lessen uitgedeeld worden.

Werkvormen

Omschrijving

Hoorcolleges, cases worden in groep uitgewerkt.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

1e examenperiode (januari)

Schriftelijk examen.

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen.

Examencontract

Schriftelijk examen.

Begeleiding

Wanneer men vragen heeft kan men zich wenden tot de docent.

Haveneconomie, transport en logistiek

Code: OM1oHaTrLo
Groep: /
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 2
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Coeck Chris
Coördinator: Coeck Chris

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Haveneconomie, transport en logistiek

Inhoud

Haveneconomie, transporteconomie en logistiek management moeten op een geïntegreerde wijze bestudeerd worden. Aangezien verkeer en vervoer in de loop van de geschiedenis van essentieel belang zijn geweest voor de functionering van de economie en het maatschappelijke leven, hebben de disciplines vertakkingen op uiteenlopende terreinen van de economische wetenschap.

In een eerste deel worden bij wijze van inleiding enkele belangrijke begrippen met betrekking tot het vervoerssysteem besproken en wordt het studieterrein van de zeehaven en haar economische omgeving afgebakend, gedefinieerd en beschreven. Vervolgens worden de economische betekenis en de organisatie van de vervoerseconomie en –logistiek geanalyseerd. Doorheen de cursus wordt aanvullend op de algemene begrippen van de haven- en transporteconomie een inzicht gegeven van de logistieke organisatie van het vervoer alsook van de werking van een haven als belangrijkste draaischijf van vervoer en van welvaartscreatie. De werking van een polyvalente zeehaven met een grote verscheidenheid aan behandelde goederen op terminals die qua kenmerken en lay-out erg van elkaar verschillen wordt besproken, alsook de verschillende beroepen en diensten die kunnen worden onderscheiden. Tenslotte wordt de rol van de zeehavens als vestigingsplaatsen voor industrieën aangegeven, wordt concurrentie tussen havens en havenproductiviteit besproken en wordt het belang van de havens voor een stad, regio en natie diepgaand geanalyseerd.

Doelstellingen

Beschrijving

De studenten moeten in staat zijn

1. de (geografische, economische, technische en organisatorische) aspecten die verband houden met en van belang zijn voor de haveneconomie, de vervoerseconomie en de logistiek te begrijpen en in de juiste context te plaatsen;
2. de impact van transport en logistiek op strategisch en operationeel vlak te kunnen schetsen;
3. een wetenschappelijke benadering op basis van de aangegeven analysemethoden en analysetechnieken te combineren met een praktische en beleidsmatige aanpak

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Handboek: Coeck, C, J-P. Merckx en A. Verbeke (2006), "Haveneconomie en -logistiek", Garant Uitgeverij.

Aanbevolen leermiddelen

Macharis, C en J. Van Mierlo (2006), "Goederen- en Personenvervoer: Vooruitzichten en Breekpunten", Garant Uitgeverij.

Blauwens, G., P. De Baere en E. Van De Voorde (2001), "Vervoerseconomie", Standaard Uitgeverij.

Werkvormen

Omschrijving

De bedrijfseconomische en statistische kennis zoals zij verworven is na het derde jaar bachelor handelswetenschappen of

het schakelprogramma handelswetenschappen.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

2e examenperiode (juni)

Schriftelijk examen

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen

Examencontract

Schriftelijk examen

Begeleiding

Wanneer men vragen heeft kan men zich wenden tot de docent.

Governance and operational management

Code: OM1oGovOpMan

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 2

Onderwijstaal: Engels, Nederlands

Docenten: Meerts Jef

Coördinator: Meerts Jef

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Governance and operational management

Inhoud

De cursus is ontwikkeld rond vijf dimensies. Een eerste dimensie is strategie, waarbij het proces van strategische ontwikkeling ondersteund wordt door instrumenten zoals scenarioplanning. Een tweede dimensie is de omgeving waarbinnen het bedrijf opereert, hierin staan de uitdagingen van globalisering en het risicobeheer centraal. De derde dimensie bestaat uit 'people'. Aspecten zoals Change management, Balanced Score Card, enz. komen hier aan bod. De vierde dimensie bestaat uit de processen, waarbij dieper wordt ingegaan op de optimalisering van bedrijfsprocessen, kwaliteitsbeheersing en Lean Six Sigma. De laatste dimensie is de technologiedimensie. Hier komen strategieën aan bod om diensten aan klanten aan te bieden.

Doelstellingen

Beschrijving

Deze cursus is gebaseerd op de rol van de Chief Operations Officer (COO) in een bedrijf. Je bent in staat:

1. de kerntaken te onderscheiden die geïnitieerd worden door Corporate en ICT Governance.
2. de stuwende krachten en katalyserende factoren te schetsen van het Enterprise Business Model.
3. de stuwende krachten en de beperkingen te begrijpen en toe te passen om efficiënte en effectieve bedrijfsoperaties op te zetten.
4. de kerntechnieken te begrijpen om operational management en communicatie te bevorderen.

Vereiste voorkennis

Competenties

De bedrijfseconomische en statistische kennis zoals zij verworven is na het derde jaar bachelor handelswetenschappen of het schakelprogramma handelswetenschappen.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

2e examenperiode (juni)

Schriftelijk examen.

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen.

Examencontract

Schriftelijk examen.