

Academiejaar 2008-2009



Programmagids

Master in de handelswetenschappen

Master HW - Financieel Management

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

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.

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

Dit vak is opgezet in drie modules: 1. Strategic management accounting; 2. Management controle (in samenwerking met de master in operations management); 3. Multinational accounting

- o In de Module *Strategic Management Accounting* worden de volgende thema's 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:
 - § De functie van management controle en het management controle systeem
 - § De verschillende soorten management controle en hun effect
 - § Systemen van financiële resultaatcontrole
 - § Prestatiemeetsystemen en hun effecten (met aandacht voor financiële en niet-financiële maatstaven, de Balanced Score Card, en managementverloning)
- o De Module *Multinational Accounting* behandelt de volgende thema's:
 - § 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 strategic 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

Voor Strategic Management Accounting:

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

Voor Management Controle en Multinational Accounting:

Merchant, K.A. & W.A. Van der Stede. *Management Control Systems, Performance measurement, evaluation and incentives*. England, Pearson Education, 7th ed.

Evaluatie

Types

- mondeling examen
- paper/verslag
- presentatie

1e examenperiode (januari)

Het schriftelijke examen telt mee voor 60% en het groepswerk telt mee voor 40%. Echter, indien de student geen 55% behaalt op het schriftelijke examen, worden de punten voor het groepswerk niet meegeteld bij het eindresultaat (en telt het schriftelijke examen dus voor 100% als eindresultaat).

Examencontract

niet van toepassing wegens interactieve werkvorm tijdens de sessies

Begeleiding

Strategic Management Accounting: Paul Weyns

Management Control: Martine Cools

Multinational Accounting: Martine Cools met gastcollege door Paul Weyns

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.

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, Geyskens Kelly, Schoubben Frederiek, Van Beveren Ilke, Van

Rompuuy Guido, Van Uytbergen Steve, Verheyen Paul

Coördinator: Van Rompuuy Guido

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Onderzoeksmethodologie

Inhoud

GEMEENSCHAPPELIJK GEDEELTE (3 STUDIEPUNTEN)			
METHODE	AANTAL COLLEGES	TOPIC	MATERIAAL
Aanvullingen regressie-analyse	2 à 3	Seizoensale data en dynamische modellen	Studenmund (2006) Ch 12 en Ch 15 Murray (2006) Ch. 17 Syllabus
Factoranalyse	2 à 3	Wanneer gebruiken, assumpties, Theoretische onderbouw Uitwerking van een gesimplifieerd 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 gesimplifieerd voorbeeld Uitwerking reële gevalstudie	Hair (2006) Ch. 8 Sharma (1996) Ch. 7 Syllabus
Logistische regressie	2 à 3	Wanneer gebruiken, assumpties, theoretische onderbouw Uitwerking van een gesimplifieerd voorbeeld	Studenmund (2006) Ch 13 Syllabus

Afstudeerrichtingspecifiek 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
4. opzet en organisatie van kwalitatief onderzoek
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:

Optimalisatie

Lineaire Programmatie met aandacht voor modelbouw, gevoeligheidsanalyse en dualiteit

Geheeltallige programmatie (Integer Programming)

Projectplanning

Simulatie

Aan het eind van de cursus moet de student:

Een bedrijfseconomische situatie kunnen omzetten naar een kwantitatief model

Het geconstrueerde model kunnen oplossen met de geschikte methode

Pro's en contra's van de geziene methodes kunnen formuleren

De geldigheid van verschillende technieken kunnen bepalen

Resultaten van de toegepaste methodes interpreteren in termen van de vooropgestelde bedrijfseconomische situatie

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

De leeractiviteit Onderzoeksmethodologie eigen aan het onderzoek sdomein FM wordt opgebouwd op basis van de belangrijkste onderdelen van wetenschappelijke artikels 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 onderzoek shypothese(s)
3. De gegevensverzameling en de steekproefsamenstelling
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 onderzoek sdomein 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 onderzoek sdomein AF (3 studiepunten)

Het opleidingsonderdeel Onderzoeksmethodologie (coördinator Martine Cools) eigen aan het onderzoeksdomein AF (3 studiepunten) biedt ondersteuning voor het uitvoeren 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

Aan het eind van deze leeractiviteit moet de student in staat zijn om een wetenschappelijk artikel uit het onderzoeksdomein Accountancy en Fiscaliteit kritisch te analyseren en te beoordelen. Daarnaast heeft deze leeractiviteit tot doel de student verregaande ondersteuning te bieden bij de uitwerking van de masterproef: hij/zij moet in staat zijn om de meest geschikte onderzoeksmethode te selecteren, deze selectie te motiveren, de data gebruiksklaar maken en op de juiste wijze te analyseren. Verder zal hij/zij leren hoe de masterproef moet opgebouwd worden zodat de gevonden resultaten op een wetenschappelijke wijze kunnen gerapporteerd worden.

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.
3. Analyseren van de overige onderdelen van een wetenschappelijke paper
 - a. Abstract, inleiding, literatuuroverzicht
 - b. Resultaten, discussie, conclusie, referentielijst

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
3. opzet en organisatie van kwalitatief onderzoek
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, bevragingmethode en responsstrategie
5. een vragenlijst kunnen opstellen die past bij de gehanteerde bevragingmethode (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

Doelstellingen

Beschrijving

Dit opleidingsonderdeel biedt een overzicht van analysetechnieken die toelaten de meest courant beschikbare data op een kwantitatieve manier te exploreren. In aanvulling op lineaire regressie (zie OMEc III Ba3) wordt in een gemeenschappelijk gedeelte aandacht besteed aan de analyse van seizoenale data, factoranalyse, clusteranalyse en logistische regressie. Bedoeling is dat de studenten:

- leren inzien wat de mogelijkheden van elk van deze technieken zijn;
- welke technieken onder welke voorwaarden kunnen gebruikt worden voor de analyse van cross-sectie datasets resp. tijdreeksdata
- welk soort variabelen vereist zijn om deze technieken te mogen gebruiken;
- computeroutput terzake kunnen interpreteren

In de optiespecifieke delen worden die technieken die relevant zijn voor het uitwerken van de concrete meesterproef verder uitgediept en desgevallend aangevuld (vb. gebruik van panel-datasets). Daarnaast wordt eveneens de nodige ruimte voorzien voor het aanbrengen van de noodzakelijke technieken en methoden van kwalitatief onderzoek.

Na het doorlopen van de volledige cyclus moet elke student in staat zijn:

- zijn/haar meesterproef op een wetenschappelijk verantwoorde manier met een kwantitatieve en kwalitatieve analyse te onderbouwen, maar eveneens;
- een wetenschappelijk onderbouwde aanzet te geven tot het analyseren van een ruime waaier van concrete (bedrijfs) economische problemen vraagstellingen

Studenten kunnen tijdens het academiejaar eveneens verzocht worden mee te werken aan experimenten i.v.m. vernieuwende onderwijsmethoden.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

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

Aanbevolen leermiddelen

Gemeenschappelijk gedeelte

Verplicht: Geselecteerde hoofdstukken uit

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

Murray, M.P., (2006), *Econometrics. A Modern Introduction.*, Pearson Addison Wesley, 929 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.

Aanbevolen: geselecteerde hoofdstukken uit

Brown, W.S., (1991), *Introducing Econometrics*, West Publishing Company, 428 p.

Keller, G., (2008), *Managerial Statistics*, South Western Cengage Learning, 8th ed..

Afstudeerrichtingspecifiek gedeelte

Aanbevolen literatuur wordt meegedeeld via Toledo.

Operations Management:

Wayne L. Winston, *Operations Research, Applications and algorithms*, 4th edition, Thomson, Brooks/Cole, 2004

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

Een schriftelijk examen (oefeningen m.b.t. survey design en kwalitatief onderzoek), gecombineerd met een examen aan de computer (oefeningen m.b.t. multivariaatanalyse in SPSS).

Voor de leeractiviteit OM

permanente evaluatie en papers

Voor de leeractiviteit FM

Schriftelijk examen waarbij de student één of meerdere papers uit het onderzoek sdomein 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

Een schriftelijk examen, met de nadruk op de kritische bespreking van de verschillende onderdelen van wetenschappelijke papers, alsook mogelijke vragen naar uw aanpak van bepaalde onderzoekstopics.

Voor de leeractiviteit IZW

Een schriftelijk examen, gecombineerd met een praktische toepassing aan de computer (SPSS)

Voor de leeractiviteit Marketing

Een schriftelijk examen (oefeningen m.b.t. survey design en kwalitatief onderzoek), gecombineerd met een examen aan de computer (oefeningen m.b.t. multivariaatanalyse in SPSS).

3e examenperiode (augustus/september)

Analoog aan voorafgaande examenperiodes

Voor de leeractiviteit OM:

Schriftelijk examen

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:

Paul Verheyen is bereikbaar via e-mail (paul.verheyen@lessius.eu)

FM:

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

AF:

Martine Cools is bereikbaar via email (martine.cools@lessius.eu)

IZW:

Ilike Van Beveren is via e-mail bereikbaar (ilke.vanbeveren@lessius.eu).

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

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Masterproef FM

Inhoud

De masterproef is een opdracht waarvan het ontwerp aan een aantal algemene principes of richtlijnen moet voldoen. Het is het sluitstuk van de opleiding. De masterproef is de opdracht waarin de algemene, de wetenschappelijke en de domeinspecifieke competenties (nogmaals) worden getoetst. Hierbij ligt de nadruk op de wetenschappelijke competenties en de integratie van de algemene en domeinspecifieke competenties.

De masterproef heeft tot doel de studenten een wetenschappelijk onderzoek te laten uitvoeren in het ruime domein van financieel management. De begeleidende docenten reiken hiertoe brede thema's aan waarbinnen dit onderzoek dient te kaderen. Deze thema's sluiten aan bij onderwerpen die in de overige opleidingsonderdelen van de afstudeerrichting aan bod komen. De masterproef bestaat uit zowel een collectieve als een individuele opdracht (zie "B. Omschrijving" bij "Werkvormen").

Doelstellingen

Beschrijving

In de masterproef toont de student zijn analytisch en synthetisch vermogen en capaciteit om tot een zelfstandige probleemoplossing op academisch niveau te komen. Uit de eindrapportering blijkt de onderzoeksingesteldheid van de student. De student moet tevens aantonen dat hij de verzamelde informatie en de verkregen resultaten heeft geïnterpreteerd in functie van wat relevant is voor de vraagstelling.

Leermiddelen

Aanbevolen leermiddelen

Aanbevolen literatuur wordt meegedeeld via Toledo.

Werkvormen

Omschrijving

De masterproef binnen de afstudeerrichting Financieel Management bestaat uit 3 delen:

1. De literatuurproef (collectief):

In het kader van de literatuurproef moeten de studenten in groep (in principe 4 groepsleden) een kritische literatuurstudie schrijven m.b.t. het thema waarbinnen hun uiteindelijke masterpaper zal kaderen. Deze literatuurstudie dient te worden gepresenteerd en verdedigd.

2. Het onderzoeksvoorstel (individueel):

Vervolgens dient elke student individueel een gedetailleerd voorstel uit te werken m.b.t. het onderzoek dat in de uiteindelijke masterpaper zal worden uitgevoerd.

3. De masterpaper (individueel):

De uiteindelijke masterpaper is een individueel rapport dat de structuur van een traditioneel wetenschappelijk artikel volgt. Het dient bijgevolg te bestaan uit de volgende onderdelen: abstract, inleiding, literatuuroverzicht, ontwikkeling en omschrijving van de onderzoekshypothese(s), beschrijving van de gegevensverzameling en de steekproefsamenstelling, beschrijving van de methodologie, bespreking van de resultaten, conclusie(s) en literatuurlijst. Deze paper dient ook te worden gepresenteerd en verdedigd.

Evaluatie

Types

- paper/verslag
- presentatie
- permanente evaluatie

2e examenperiode (juni)

De verdeling van de 18 studiepunten over de 3 samenstellende delen ziet er als volgt uit:

Literatuurproef: 4 studiepunten (beoordeling van schriftelijk rapport, presentatie en verdediging)

Onderzoeksvoorstel: 4 studiepunten (beoordeling van schriftelijk rapport)

Masterpaper: 10 studiepunten (beoordeling van schriftelijk rapport, presentatie, verdediging en proces)

3e examenperiode (augustus/september)

Zie algemene richtlijnen Departement Handelswetenschappen. De opdracht voor de septemberzitting zal mee afhangen van de scores behaald op het collectief en individueel deel in de junizitting.

Examencontract

Examen contract niet mogelijk

Begeleiding

Voor begeleiding kan de student in de eerste plaats terecht bij zijn/haar promotor.

Bank - en verzekeringswezen

Code: FM1oBkVerzW

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Franck Tom, Van Heukelom Pieter

Coördinator: Franck Tom

Specialisatiegraad

verdiepend

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 derde deel van deze module wordt het (risico-)beheer van financiële instellingen behandeld. Doorheen deze module worden ook nog enkele recente ontwikkelingen in het bankwezen bestudeerd.

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 de module Bankwezen:

Casu, B., Girardone, C. Molyneux, P. (2006), *Introduction to Banking*, Prentice Hall, 526 blz.

Voor het gedeelte Verzekeringswezen:

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

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

1e examenperiode (januari)

Schriftelijk, gesloten boek examen.

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, Schoubben Frederiek

Coördinator: Dewaelheyns Nico

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, gesloten boek examen.

50% van de score voor *Financiële markten, portefeuilletheorie en evenwichtsmodellen*

50% van de score voor *Vastrentende instrumenten, derivaten en actief portefeuillebeheer*

3e examenperiode (augustus/september)

zie 1e examenperiode

Examencontract

Idem als voor reguliere studenten.

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

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.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Voor het topic Internationale Financiering:
Sercu, P., 2008, International Finance: Putting Theory to Practice

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 vier 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. In deel drie worden de hoofdlijnen van de in het kader van vermogensplanning meest relevante rechtstakken besproken: huwelijksvermogensrecht, erfrecht en fiscaal recht (meer bepaald schenkings- en successierechten). 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).

Werkvormen

Omschrijving

Tijdens de hoorcolleges worden de theoretische en juridische fundamenten van vermogensplanning besproken en aangevuld met talrijke oefeningen en praktijkvoorbeelden.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

2e examenperiode (juni)

Schriftelijk examen bestaande uit open theorievragen en toepassingen. De toepassingen hebben daarbij het grootste gewicht.

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen bestaande uit open theorievragen en toepassingen. De toepassingen hebben daarbij het grootste gewicht.

Examencontract

Schriftelijk examen bestaande uit open theorievragen en toepassingen. De toepassingen hebben daarbij het grootste gewicht.

Begeleiding

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

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

- 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 "Vennootschapbelasting" 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.

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

- 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

Aanbevolen leermiddelen

voor het deel internationale fiscaliteit: *Fiscale Gids*, Standaard Uitgeverij, laatste editie vanaf afdeling 80 + wetenschappelijke artikels (zullen op toledo ter beschikking gesteld worden).

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: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Claeys Stijn, Govaerts Francois, Roctus Dirk

Coördinator: Roctus Dirk

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.

- 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

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

- schriftelijk examen

Begeleiding

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

Internationaal zaken doen

Code: IZ10I2D

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 2

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: De Beule Filip, Van Beveren Ilke

Coördinator: Van Beveren Ilke

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Internationaal zaken doen

Inhoud

Deze cursus bestaat uit drie modules.

De eerste module beschrijft de basisconcepten en economische modellen ter evaluatie van internationale locatiekeuzes. Hierbij wordt ook aandacht besteed aan de praktische implementatie van een locatiekeuze in specifieke sectoren. De volgende sectoren worden daarbij specifiek behandeld: Kleding en mode; high-tech; auto­mobiel en agro-food.

De tweede module gaat dieper in op de betekenis van buitenlandse directe investeringen voor gast- en thuislanden, met bijzondere aandacht voor de impact op het thuisland. Specifieke topics die aan bod komen zijn:

- Impact van uitgaande buitenlandse investeringen op de tewerkstelling, productie en export in het thuisland.
- Gevolgen van globalisatie op de samenstelling van de beroepsbevolking in het thuisland.
- Gevolgen van globalisatie voor de productiestructuur in het thuisland.

De derde module bestaat uit het uitwerken van een internationalisatieproject voor een specifieke onderneming, sector en land, inclusief het maken van een marktstudie. Dit project resulteert in een groeps­werk (paper) die mondeling gepresenteerd en verdedigd dient te worden tijdens de laatste colleges.

Doelstellingen

Beschrijving

Studenten hebben aan het einde van dit opleidingsonderdeel affiniteit met internationaal zaken doen in specifieke sectoren en verschillende regio's. Ze zijn in staat om een analyse te maken van een potentiële lokalisatiebeslissing van een onderneming. Naast een gestructureerde, schriftelijke motivering van deze locatiekeuze, zijn ze eveneens in staat om deze mondeling te presenteren.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Lesmateriaal (wetenschappelijke artikels en slides) wordt ter beschikking gesteld via Toledo.

Aanbevolen leermiddelen

Ghemawat, Pankaj (2007) *Redefining Global Strategy: Crossing Borders in a World where Differences still Matter* (Harvard: Harvard Business School Publishing).
Dicken, Peter (2007) *Global Shift* (Sage Publications).

Werkvormen

Omschrijving

Naast hoorcolleges worden er ook een aantal interactieve sessies georganiseerd waarin specifieke gevalstudies geanalyseerd worden. Het groeps­werk (uitwerken van een internationalisatieproject) wordt tijdens de colleges gepresenteerd. Hierbij wordt ruimte voorzien voor kritische reflectie vanuit de groep.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- paper/verslag
- presentatie
- Peerassessment/selfassessment

2e examenperiode (juni)

Schriftelijk examen. De studenten dienen verder een marktanalyse te maken van een uitgekozen sector in een bepaalde regio/land. Deze studie dient gepresenteerd en mondeling verdedigd te worden.

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen.

Begeleiding

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

Internationaal management

Code: IZ1oIntMan
Groep: /
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 1
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: De Beule Filip, Nauwelaerts Ysabel
Coördinator: De Beule Filip

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Internationaal management

Inhoud

Waarom bedrijven internationaliseren wordt onderzocht in het eerste stuk van dit opleidingsonderdeel. Dit deel benadrukt de basisconcepten en economische modellen die essentieel zijn voor de evaluatie en implementatie van internationale strategieën. Een onderscheid wordt gemaakt tussen verkoop, productie en innovatie. Intellectuele eigendomsrechten worden behandeld, met name merken en octrooien, inclusief een juridische benadering.

Hoe bedrijven internationaliseren wordt bestudeerd in het tweede luik van dit opleidingsonderdeel. Hier worden de verschillende internationalisatiemodes doorgelicht, zoals export en import; licentie, franchise en andere contractuele vormen; strategische allianties; en internationale 'joint ventures' en volledige dochterondernemingen.

- Bij export- en importmanagement wordt ingegaan op transportdocumenten, betaaltechnieken, douanedocumenten, alsook handelsassistentie.
- Internationaal investeren gaat in op het implementeren en managen van internationale joint ventures en acquisities.
- Hierbij worden ook typische contracten behandeld waarmee internationale managers geconfronteerd worden, alsook de afdwinging van internationale contracten, internationaal procesrecht en handelsarbitrage.

Het derde onderdeel behandelt de verschillende managementaspecten van internationaal zaken doen. In deze module gaat de aandacht naar de verschillende internationale managementfuncties: internationaal humanresourcemanagement, multinationalaal accounting, globale marketing, en internationaal operationeel beheer.

- Marketing gaat in op internationale marketingstrategie van segmenteren en positioneren en de internationale marketingmix van producten en diensten, inclusief prijszetting, promotie, reclame en distributie.
- Internationaal HRM gaat dieper in op internationale tewerkstelling, zoals expats en globale managers, alsook relevant bedrijfsbeleid. Verder wordt ingegaan op internationale arbeidsrelaties, zoals vakbonden en sociale normen.
- Internationaal accounting gaat in op boekhoudkundige repercussies van internationaal opereren. Er wordt dieper ingegaan op multinationalaal accounting, in casu transferprijzen en royalties.
- Internationaal operationeel beheer gaat in op push-pull mechanismes van productie, outsourcing en offshoring, kwaliteitsbeheer, en distributie- en inventarismanagement.

Doelstellingen

Beschrijving

Je kan aan het einde van dit opleidingsonderdeel het internationale strategische en operationele ondernemingsbeleid van een bedrijf evalueren en sturen, zowel in KMO's als in MNO's.

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

Daniels, Radebaugh and Sullivan (2008) International Business (Pearson Prentice Hall).
Lesmateriaal wordt ter beschikking gesteld via Toledo.

Werkvormen

Omschrijving

Naast hoorcolleges worden er ook interactieve sessies georganiseerd waarin specifieke gevalstudies geanalyseerd worden. Gevalstudies moeten kort voorbereid worden.

Evaluatie

Types

- mondeling examen

1e examenperiode (januari)

Mondeling examen met schriftelijke voorbereiding, deels gebaseerd op de schriftelijke rapportering van de gevalstudies.

3e examenperiode (augustus/september)

Mondeling examen met schriftelijke voorbereiding, deels gebaseerd op de schriftelijke rapportering van de gevalstudies.

Begeleiding

De docenten zijn steeds telefonisch of elektronisch bereikbaar.

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 groeiemarkten.

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.

Speciale topics in marketing

Code: MM1oToegMark

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

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

Coördinator: Lagae Wim

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Speciale topics in marketing

Inhoud

Luik 1. Verdieping Dienstenmarketing (Wim Lagae – 2SP)

Kennismaking met diensten(producten)

Diensten strategisch positioneren in de markt

Het dienstenproduct

Prijszetting van diensten: ratio of perceptie?

Het belang van plaats en tijd

Diensten als processen

Personeel als cruciale factor

Perceptie en kwaliteit

Belevenissenmarketing

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

Het retail landschap

Machtsverschuiving binnen distributiesector

Groeiend succes van huismerken

Opkomst van hard discounters

Luik 3. Direct Marketing (Mark Van Aelst – Duval Guillaume Dialogic – 2SP)

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 én aanvullende teksten (Toledo-leeromgeving)

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen
- mondeling examen

1e examenperiode (januari)

Voor elk inhoudelijk luik is een aangepaste examenvorm:

- dienstenmarketing: schriftelijk examen (1/3 van de punten)
- direct marketing: mondeling examen met schriftelijke voorbereiding (1/3 van de punten)
- Retailing: schriftelijk examen (1/3 van de punten)

Een student slaagt pas voor het vak indien hij een voldoende heeft voor zowel het luik dienstenmarketing, direct marketing als retailing.

3e examenperiode (augustus/september)

Voor elk inhoudelijk luik is een aangepaste examenvorm:

- dienstenmarketing: schriftelijk examen (1/3 van de punten)
- direct marketing: mondeling examen met schriftelijke voorbereiding (1/3 van de punten)
- Retailing: schriftelijk examen (1/3 van de punten)

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 aca demisch 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 verschillen de 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 de laatste gedeelte finieerd wordt in termen van afnemers (vooral B2C en ook B2B).

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. (2008), *Marketingcommunicatie*, Amsterdam: Pearson Education Benelux, 3d ed.

Lagae, W. (2008), *Sportcommunicatie: tactiek en techniek*, Nieuwegein, Arko Sports Media.

Selectieve bibliografie voor interne en marketingcommunicatie.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

Examencontract

Idem als voor reguliere studenten.

Begeleiding

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

Consumer Behavior

Code: MM1oConsGedr

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Engels

Docenten: Geyskens Kelly, Vandecasteele Bert

Coördinator: Geyskens Kelly

Specialisatiegraad

inleidend

Onderwijsactiviteiten

- Consumer Behavior

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: Onderzoek naar consumentengedrag

Wat is experimenteel onderzoek?

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
- Andere: Individuele opdracht

1e examenperiode (januari)

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)

Marketing Engineering

Code: MM1oMarEng
Groep: /
Studiepunten: 6
Creditcontract mogelijk: Ja
Examencontract mogelijk: Ja
Deeltijds: /
Semester: 2
Onderwijstaal: Nederlands
Docenten: Lamey Lien
Coördinator: Lamey Lien

Specialisatiegraad

gespecialiseerd

Onderwijsactiviteiten

- Marketing Engineering

Inhoud

Marketeers worden geconfronteerd met steeds snellere veranderingen in de markt en overrompeld met een hele hoop gegevens en informatie. Vandaag de dag is het voor marketing managers niet meer voldoende om alleen een grondige kennis van marketing concepten te bezitten. Meer en meer worden feitengebaseerde analyses en de aanwending van beslissingsmodellen gevraagd om de marketingstrategie van een onderneming te ondersteunen. Marketing engineering is een relatief nieuwe discipline die marketeers toelaat om marketing concepten om te zetten in contextspecifieke operationele beslissingen en acties door gebruik te maken van analytische en kwantitatieve technieken. In deze cursus proberen we de theorie te linken met de praktijk. De nodige know-how en tools worden aangeleerd die je in staat zullen stellen om de juiste informatie te verzamelen en te analyseren met als doel betere marketing plannen op te stellen, betere producten te ontwikkelen, betere doelgroepen te selecteren, betere reclame strategieën op te stellen , kortom, betere beslissingen te nemen. Een bedrijfskundige vertaalslag naar de bruikbaarheid van deze analysetechnieken voor marketing beslissingsnemers wordt hierbij beklemtoond. Meer specifiek, zal er een overzicht gegeven worden van een aantal kwantitatieve methoden, voor welke vraagstukken deze kunnen gebruikt worden en hoe deze kunnen ingezet worden ter ondersteuning bij marketing beslissingen. Dit wordt telkens geïllustreerd aan de hand van enkele praktijk cases. Volgende deeldomeinen zullen nader belicht worden in de cursus:

- Market Response Models
- Segmentatie & Positionering
- Productontwikkeling
- Reclame & Promotie Beslissingen

Doelstellingen

Beschrijving

- Kennis van verschillende kwantitatieve technieken bruikbaar binnen marketing
- Het oplossen van marketing vraagstukken aan de hand van verschillende marketing modellen: welke kwantitatieve technieken bruikbaar voor welke marketingvraagstukken en hoe toepassen?

Leermiddelen

Verplichte leermiddelen

- "Marketing Engineering: Computer-Assisted Marketing Analysis and Planning"
Gary Lilien and Arvind Rangaswamy

- www.mktgeng.com

Aanbevolen leermiddelen

Aanbevolen literatuur wordt meegedeeld via Toledo

Evaluatie

Types

- mondeling examen
- permanente evaluatie
- Andere: groepswerk

2e examenperiode (juni)

mondeling examen
groepswerk doorheen het jaar
permanente evaluatie

3e examenperiode (augustus/september)

individuele opdracht
mondeling examen

Begeleiding

Voor extra info kan je steeds terecht op volgend e-mail adres: lien.lamey@lessius.eu

Supply Chain Management

Code: OM1oSCMan

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Engels, Nederlands

Docenten: Claerhout Diederik, Weyns Paul

Coördinator: Claerhout Diederik

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.

Performance Management

Code: OM1oPerfMan

Groep: /

Studiepunten: 6

Creditcontract mogelijk: Ja

Examencontract mogelijk: Ja

Deeltijds: /

Semester: 1

Onderwijstaal: Nederlands

Docenten: Claerhout Diederik, Weyns Paul

Coördinator: Claerhout Diederik

Specialisatiegraad

verdiepend

Onderwijsactiviteiten

- Performance Management

Inhoud

De cursus bestaat uit twee delen, waarbij het eerste deel in samenwerking met de Master in Accounting en Fiscaliteit wordt georganiseerd. Dit deel - Strategic Management Accounting - dient als inleiding tot het tweede deel. In dit tweede deel wordt aandacht geschonken aan het strategisch en operationeel belang van het meten van prestaties.

Deel 1: Strategic Management Accounting

1. *Cost allocations, Activity Based Costing, Activity Based Management*
2. *Advanced manufacturing technology, target costing, product life-cycling costing*
3. *Quality costing, TQM en management accounting*
4. *Value chain analysis en accounting*
5. *Customer profitability analysis, competitor analysis*

Deel 2: Performance Management

1. *Prestatie-indicatoren*
2. *Prestatiebeoordeling*
3. *Prestatiemeetinstrumenten*
4. *Resultaatmanagement*
5. *Strategiegedreven performance management*

Tijdens de uiteenzettingen worden de theoretische concepten geïllustreerd met concrete toepassingen. De bedoeling hiervan is na te gaan in hoeverre die concepten navolging vinden en op welke wijze ze in de praktijk omgezet worden.

Doelstellingen

Beschrijving

Performance management is een instrument om te strategie van een bedrijf te formuleren en te vertalen in concrete, communiceerbare en bestuurbare doelstellingen.

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

Wetenschappelijke artikels en vakliteratuur zullen tijdens de lessen uitgedeeld worden.

Werkvormen

Omschrijving

Hoorcolleges met aandacht voor toepassingen.

Evaluatie

Types

- schriftelijk examen

1e examenperiode (januari)

Schriftelijk examen

3e examenperiode (augustus/september)

Schriftelijk examen

Examencontract

Schitelijk examen.

Begeleiding

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