



# STIMA EDUCATION Fundamentals

Academiejaar  
2012

## De operationele toepassing van uw marketing kennis 3 praktijkgerichte opleidingen in marketing

- De essentie van marketing-  
en salesbeleid

---

- Marketing management

---

- Business-to-business marketing  
management

---

- >>> met een one-to-one  
begeleid project  
in uw  
bedrijfscontext
- >>> meteen toepasbare  
learnings

# FUNDAMENTALS OPLEIDINGEN

Met de Fundamentals Opleidingen bieden wij een pasklaar antwoord aan iedereen die op zoek is naar een basisopleiding in marketing



STIMA EDUCATION is het opleidingsinstituut van STIMA, de belangrijkste Belgische vereniging van marketing professionals. Met méér dan 1.500 leden is STIMA uitgegroeid tot de belangrijkste ontmoetingsplaats voor marketing-minded professionals. Al 30 jaar bieden STIMA en STIMA EDUCATION een uniek platform om uw vakkennis actueel te houden.

## Ontdek de pluspunten van de STIMA EDUCATION Fundamentals Opleidingen

- U leert een holistische visie hanteren. Marketing raakt immers de hele organisatie.
- U leert de sleutelconcepten van tactische marketing planning (strategie begrijpen en tactiek uitvoeren).
- U leert een methodologie en een structuurplan.
- De opleidingen brengen vaardigheden bij, reiken basiskennis aan en wapenen u met vakmanschap.
- Wat u leert, past u meteen toe in de praktijk. Hier geen lege concepten, maar praktische kennis waarmee u meteen aan de slag kan.
- Tijdens het groepswerk wisselt u ervaringen uit met andere professionals. Zo breidt u meteen uw professioneel netwerk uit.
- Tijdens de opleiding werkt u aan een persoonlijk praktijkproject, onder persoonlijke begeleiding.
- U krijgt een referatenboek én een werkboek voor het groepswerk en het persoonlijk project.
- U kunt een post-universitair getuigschrift behalen.

## De STIMA EDUCATION opleidingen passen perfect in uw beroepsleven

- U kiest uit afzonderlijke en compacte modules. Zo stapt u in op uw kennis- en ervaringsniveau en plant u uw opleidingstraject met een maximum aan flexibiliteit.
- Tijdens de verdere contactmomenten via o.a. LinkedIn, activiteiten voor cursisten, enz. komt u in contact met de marketing community van STIMA.

### Nieuw: groepswerk en persoonlijk project

Tijdens de opleidingen werkt u in kleine teams aan een bedrijfs casus waarbij de geleerde marketing management inzichten worden geconcretiseerd. Op die manier wordt het praktijkgericht toepassen van de opleidingsonderdelen versterkt. Verder wordt dit groepswerk ook verrijkt met een gepersonaliseerd opleidingsproject.

## De Fundamentals Opleidingen zijn geknipt voor u als u...

- Voor het eerst in aanraking komt met het vakgebied marketing.
- Actief bent in een operationele functie en/of coördinatie verantwoordelijkheden hebt.
- In een nieuwe functie start, waarbij een basiskennis aan marketing noodzakelijk is en u sneller op weg zal helpen.
- Wilt doorgroeien of evolueren naar een nieuwe marketing-functie in uw bedrijf.
- Een holistisch beeld van marketing wenst te verwerven.

Er zijn geen specifieke toelatingsvoorwaarden.

## De HUB, academische partner van de Fundamentals Opleidingen

De HUB maakt deel uit van de Associatie K.U.Leuven, het grootste samenwerkingsnetwerk tussen universiteiten en hogescholen in Vlaanderen. Eén basisprincipe bepaalt het HUB-onderwijs: praktijkgerichtheid op basis van wetenschap. Praktijk als oriëntatie, wetenschap als fundering.



Voor een academische onderbouw en het beheersen van vakkundige kennisoverdracht-skills, werkt STIMA EDUCATION sinds 20 jaar zeer nauw samen met de HUB.

## Een belangrijke meerwaarde voor uw CV

De samenwerking met HUB garandeert u dat de STIMA EDUCATION opleidingen wetenschappelijk stevig onderbouwd zijn. Voeg daarbij de expertise van de docenten uit de praktijk en u krijgt een waardevolle mix van direct inzetbare kennis.

Bovendien wordt u als cursist, op het einde van uw opleiding en volgens de normen gehanteerd door de HUB, geëvalueerd op de verworven competenties.

Resultaat? Een efficiënte synergie tussen conceptkennis en praktijkgerichtheid.

## Heeft u vragen over uw opleidingstraject?

U wenst informatie of advies over uw opleidingskeuze?

Het wetenschappelijk team van STIMA EDUCATION geeft u graag een gepersonaliseerd advies.

Neem contact met Pascale Cambie, directeur STIMA EDUCATION op het telefoonnummer: +32 (0) 2 467 56 98

of via e-mail: [pascale.cambie@stima.be](mailto:pascale.cambie@stima.be).

## U kunt ook voor het post-universitair getuigschrift gaan

De opleiding "De essentie van marketing- en sales beleid" dient als basismodule voor deelnemers die een post-universitair getuigschrift willen behalen. Dit programma mag hiervoor worden gecombineerd met één van de twee volgende Fundamentals Opleidingen: Marketing management of Business-to-business marketing management.

Het post-universitair getuigschrift, ondertekend door STIMA EDUCATION en HUB, vertaalt zich concreet in:

- Een getuigschrift van derde cyclus dat bevestigt dat zowel de concepten als de praktische toepassing van het onderwerp werden aangeleerd.
- Een getuigschrift dat aantoont dat u een opleiding heeft gevolgd, gericht op het beroepsleven.
- Een getuigschrift dat in de bedrijfswereld alom door managers en HR afdelingen wordt gewaardeerd.

Maart-Juni 2012

Oktober-December 2012

Marketing management

+

De essentie van marketing-  
en salesbeleid

of

= post-universitair diploma

B2B marketing management

## Wat leert u uit deze opleiding:

- De essentiële commerciële begrippen en concepten.
- Deze begrijpen, zodat u ze op een competente wijze kan toepassen op consumentengoederen (business to consumer), zakelijke en industriële goederen (business to business).
- Deze toepassen in het Marketing Business Game.

## Doelgroep:

Iedereen die de fundamenten van het marketing- en salesbeleid wil kennen en kunnen toepassen en niet beschikt over een basiskennis in commercieel beleid.

Er zijn geen specifieke toelatingsvoorwaarden.

## De Marketing Business Game: gegarandeerd leerzaam

Het Marketing Business Game werd ontwikkeld aan de Insead Management School. Essentiële en fundamentele kernideeën van marketing, sales, product management en algemeen commercieel beleid worden hier geïntegreerd in een zéér realistische simulatie. Concepten zoals prognose, planning, kostprijscalculatie en marktanalyse worden in de praktijk toegepast. U gaat in teamverband aan de slag. Vier ondernemingen strijden immers om het vooropgestelde marktaandeel en de hoogste cumulatieve winst te realiseren. Daarbij gaat u voor lange termijn resultaten door het ondernemen van acties op korte termijn, binnen onderbouwde management beslissingen. U wordt ook verwacht op een strategische manier te kunnen reageren op onvoorziene omstandigheden.

### Avond 1 Waarde kiezen

Wat is marketing?  
Sleutelbegrippen: segmenteren, targeting, positionering.  
Introductie van het referaten boek.

### Avond 2 Waarde verschaffen

De essentie van marketing mix: 5 P's, 4 C's,...  
Basisconcepten als PLC, AIDA, prijstechnieken,...  
Recente praktijkvoorbeelden.

### Avond 3 Waarde verschaffen

Marketing als onderdeel van de bedrijfsstrategie.  
Basismodellen bedrijfsstrategieën als Ansoff, BCG, Porter, Kotler, e.a.  
Recente praktijkvoorbeelden.

### Avond 4 Inleiding tot marketing calculaties

Basiscalculaties als BE, vaste kosten, variabele kosten, verkoopprijs, kostprijsberekening,...  
Basisbegrippen van budgettering en het opstellen van een marketingbudget.

### Avond 5 Waarde implementeren

Marketingplanning als proces: externe analyse, interne analyse, swot,...  
Wat is de rol, het nut en de waarde van marktonderzoek?

### Avond 6 Business game

**Deel 1:** startsessie.  
Teams werken aan een marketingstrategie en stellen een plan op.

### Avond 7 Business game

**Deel 2:** Teams werken aan het learning marketing game, verschillende beslissingsrondes.  
Toepassing van concepten uit het referatenboek.  
Begeleiding en coaching door docenten.

### Avond 8 Waarde communiceren

Reclame, promotie, verkopen.  
Uitdieping van de communicatie mix.  
Digitale communicatie.

### Avond 9 Business game

**Deel 3:** Teams werken aan het learning marketing game, verschillende beslissingsrondes.  
Opmaken van een managementrapport.  
Vorbereiding teampresentaties.

### Avond 10 Conclusie

Teampresentaties en bespreking resultaten.  
Terugkoppeling naar opleidingsconcepten.  
Samenvatting leerpunten.

- Van 11 oktober 2012 tot 20 december 2012 (10 donderdagen 18u - 21u30)
- HUB – Campus Hermes, Stormstraat 2, 1000 Brussel
- € 1.495 (excl 21% BTW)
- Naast de syllabi van de docenten, krijgt u het referatenboek "Handboek Marketing: Klant- en Marktgericht Ondernemen" E. Boschloos, M. Janssens, en J. Vanhaverbeke.
- Volgt u deze opleiding, dan ontvangt u een attest van deelname.

Dit referatenboek is de rode draad van uw opleiding en een gids in De Marketing Business Game.

## Docenten

**Programmaleider:** JOHAN VANHAVERBEKE, Docent HUB, Wetenschappelijk Adviseur STIMA EDUCATION en Managing Partner Marketing Training & Consulting • PROF. EDUARD BOSCHLOOS, Docent HUB • SASKIA SCHATTEMAN, Marketeer van het Jaar 2008, Consultant Marketing & Strategie • LIESELOT VANHAVERBEKE, Post-doctoral Research Associate VUB, Professor Marketing Vrije Universiteit Brussel



Deze opleiding richt zich naar deelnemers geïnteresseerd in consumentengoederen en dienstverlening of B2C. Er wordt gewerkt op het marketing management van snel roterende producten en/of dienstverlening naar particulieren. De focus ligt hier op de consument als klant.

### Wat leert u uit deze opleiding:

- De verschillende functies van marketing in het bedrijf.
- Dat de toepassing van de marketingtheorie om een systematische en gestructureerde benadering vraagt (aan de hand van het marketingplan).
- De marketingactiviteiten integreren in een strategisch bedrijfsplan.
- Een marketingbeleid ontwikkelen, evalueren op strategisch niveau en uitvoeren op operationeel niveau.

### Doelgroep:

- U hebt vandaag te maken met het operationeel uitvoeren van een algemeen marketingbeleid.
- U bent marketingverantwoordelijke of hebt een andere marketing-gerelateerde functie.
- U ambiert bovenstaande functies.

#### Avond 1 Inleiding tot B2C marketing - Productbeleid

Het marketing denken en doen geïnventariseerd en geactualiseerd.

Basisconcepten van productmanagement: merkbeleid, assortimentsbeleid, productontwikkeling, levenscyclusstrategieën, productportfolio. Doelstellingen bij het productbeleid, specifieke beslissingen.

#### Avond 2 Prijsbeleid

Prijszettingstechnieken, prijsstrategieën, prijsaanpassingen en promoties, prijswijzigingen, prijselasticiteit, concurrentiële prijszettingstrategieën, een stappenplan voor een adequate prijsstructuur. Cruciale beslissingen om tot een optimale prijszetting te komen.

#### Avond 3 Distributiebeleid

Impact van de distributiekanaal op het marketing- en verkoopmanagement. De functies van distributiekanaal en hun relevantie. Hoe het distributiebeleid evalueren? Het belang van gestroomlijnde 'supply chain'.

#### Avond 4 Communicatie- en promotiebeleid

Mogelijke beleidsdoelstellingen. De communicatie- en promotiemix. De hoekstenen van het communicatiebudget. Het opstellen van een communicatiebriefing. Basisinzichten in communicatie-performantie-meting.

#### Avond 5 Marketingplanning

Het marketingplanning-proces:

- Externe analyse.
- Interne analyse.
- Marketingstrategie.
- Marketingtactiek.
- Consistentiecontrole.

Structuurplan en werkboek.

#### Avond 6 Groepswork

**Deel 1:** analysefase en SWOT. Bespreking gekozen case in groep, met coaching van docenten.

#### Avond 7 Marktonderzoek

Het verwerven van markt- en klanteninzicht:

- Afnemersanalyse.
- Concurrentieanalyse.

- Marktonderzoekstechnieken en informatiebronnen.
- Nut en doel van kwantitatieve en kwalitatieve marktonderzoeken.
- Hoe een marktonderzoeksbriefing opstellen.

#### Avond 8 Account management

Belang, rol en verantwoordelijkheden van account management. Essenties van key account management. De veranderende rol van de inkoper. Basisbegrippen van category-management. Het accountplan: het kruispunt van marketing en verkoop.

#### Avond 9 Digitale marketing

Hoe wordt digitale marketing efficiënt toegepast. De e-marketingstrategie, cijfers en tendensen. Digitale marketing- en communicatie-instrumenten. Een geïntegreerde case.

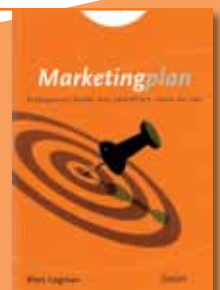
#### Avond 10 Groepswork

**Deel 2:** strategie-evaluatie, marketingtactiek en aanbevelingen. Bespreking van gekozen case in groep, met coaching van docenten.

**Persoonlijk project: structuurplan toegepast op eigen situatie.**

- 8 maart tot 7 juni 2012 (10 donderdagen 18u - 21u30)
- HUB – Campus Hermes, Stormstraat 2, 1000 Brussel
- €1.945 (excl 21% BTW)
- Naast de syllabi van de docenten, krijgt u het boek "Marketingplan. Stapsgewijs model met checklists, tools en tips", Marc Logman.
- Volgt u deze opleiding, dan ontvangt u een attest van deelname.

Dit referatenboek is de rode draad van uw opleiding en een gids voor uw persoonlijk praktijk project



### Docenten

**Programmaleider:** WALTER DERMUL, CEO BRANDCOACH • VINCENT DEWEZ, Directeur Communication ACTIRIS • PETER FORCEVILLE, Zaakvoerder PARETUS • MADELEINE JANSSENS, Director WHYS RESEARCH • FILIP LAUWERES, Global Client Service NETMINING • Prof.dr.MARC LOGMAN, Zaakvoerder Logical Management, Programmadiirecteur STIMA EDUCATION • JAN VAN DER VEKEN, Zaakvoerder MARCOM PROJECTS • JOHAN VANHAVERBEKE, Docent HUB, Wetenschappelijk Adviseur STIMA EDUCATION, en Managing Partner Marketing Training & Consulting • HELEN WILLEMS, General Manager BEIERSDORF BELGIE en FRANKRIJK

Deze opleiding richt zich naar deelnemers actief in de verkoop en marketing van producten en diensten aan andere bedrijven, de overheid en de not-for-profit sector (B2B). Wij gaan in op de specifieke aspecten van zakendoen met andere professionele bedrijven. De focus ligt hier op het bedrijf als klant.

## Wat leert u uit deze opleiding:

- De B2B markten en hun mechanismen analyseren en begrijpen.
- Aangepaste strategieën ontwikkelen.
- De onderdelen van het B2B operationele marketingplan ontwikkelen.
- Marketinginzichten omzetten naar concrete acties voor uzelf en uw bedrijf.

In deze opleiding wordt uitdrukkelijk rekening gehouden met de eigenheden van een business-to-business context, zoals het complexe koopproces, het belang van de persoonlijke verkoop, de toegevoegde waarde voor de individuele klant, enz.

## Doelgroep:

- U bent commercieel en/of marketing-verantwoordelijke van industriële producten en diensten.
- U hebt een commerciële gerelateerde functie.
- U komt in aanraking met de uitstippeling van een marketingbeleid in een B2B-omgeving.

### Avond 1 Inleiding B2B marketing

Specifieke aspecten van B2B marketing:  
B2B waardeketen, het B2B beslissingsproces, de B2B marketingmix.

#### Productbeleid in B2B

Productontwikkeling in B2B:  
bepalen van klantenbehoeften, het KANO model, PLC, productlancering, innovatie en samenwerking met R&D.

### Avond 2 Prijsbeleid

Het hefboomeffect van een goede prijsstrategie.  
Prijzettingstechnieken in B2B.  
'Value based pricing'.

### Avond 3 Distributiebeleid

Het opzetten van partnership en distributiekanaalen.  
Vanuit de kanaalfuncties naar een juiste kanaalmix.  
Ondersteuning van distributiekanaalen, kanaalfuncties, kanaalkeuze en customer ownership.

### Avond 4 Communicatiebeleid

De specifieke communicatiemix in B2B, de ondersteuning van directe communicatie.  
Een evenwichtige communicatie-aanpak: digitale en web-communicatie, direct marketing, beurzen en sponsoring.

### Avond 5 Marketingplanning

Het marketingplanning-proces:

- Externe analyse.
- Interne analyse.
- Marketingstrategie.
- Marketingtactiek.
- Consistentiecontrole.

Structuurplan en werkboek.

### Avond 6 Groepswork

**Deel 1:** analysefase en SWOT.

Bespreking gekozen case in groep, met coaching van docenten.

### Avond 7 Marktonderzoek

Marktonderzoek voor verschillende doeleinden:  
productontwikkeling, prijzetting, klantentevredenheid.

De belangrijkste tools: diepte-interview, focusgroep, secundaire bronnen, de mogelijkheden van het online marktonderzoek.

### Avond 8 Verkoop en sales management

Het opzetten en aansturen van de verkoopsorganisatie.  
De rol van ondersteunende CRM tools in het marketing- en verkoopsproces.

### Avond 9 Aankoopprocessen

Inzicht in de aankoopprocessen.  
De professionele inkoper.  
Waardecreatie.  
Samenwerkingsmodel.

### Avond 10 Groepswork

**Deel 2:** strategie-evaluatie, marketingtactiek en aanbevelingen.

Bespreking gekozen case in groep, met coaching van docenten.

**Persoonlijk project: structuurplan toegepast op eigen situatie.**

- 8 maart tot 7 juni 2012 (10 donderdagen 18u-21u30)
- HUB – Campus Hermes, Stormstraat 2, 1000 Brussel
- €1.945 (excl 21% BTW)
- Naast de syllabi van de docenten, krijgt u het boek "Marketingplan. Stapsgewijs model met checklists, tools en tips", Marc Logman.
- Volgt u deze opleiding, dan ontvangt u een attest van deelname.

Dit referatenboek is de rode draad van uw opleiding en een gids voor uw persoonlijk praktijk project



## Docenten

**Programmалеider:** ERWIN KNUYT, Docent HUB, Partner KNUYT, HEYNINCK & PARTNERS • WIM BONTINCK, Procurement Consultant SOLVINT SUPPLY CHAIN MANAGEMENT • SERGE DEKONINCK, B2B Communication Expert DEKONINCK COMMUNICATION SERVICES • WIM HEYVAERT, Sales Director YAKO • Prof. dr. MARC LOGMAN, Zaakvoerder Logical Management, Programmadirecteur STIMA EDUCATION • NANNO PALTE, vice president MARKETPROBE

# Praktische informatie

## Data

### 1. Essentie van marketing- en salesbeleid

10 avonden van 11 oktober tot 20 december 2012

### 2. Marketing management

10 avonden van 8 maart tot 7 juni 2012

### 3. Business-to-business marketing management

10 avonden van 8 maart tot 7 juni 2012

De sessies vinden telkens plaats op donderdagavond van 18u tot 21u30, in de lokalen van de HUB, Campus Hermes, Stormstraat 2 te 1000 Brussel.

De volledige planning wordt bij de start van de opleiding bevestigd (geen sessies tijdens schoolvakanties).

Inschrijvingsprijs(*)	Voor niet leden	Voor leden van STIMA
<b>Essentie van marketing- en sales beleid</b> 10 avonden	€ 1.495	€ 1.395
<b>Marketing management</b> - 10 avonden (praktijk project inbegrepen) of <b>B2B Marketing management</b> - 10 avonden (praktijk project inbegrepen)	€ 1.945	€ 1.845
<b>Essentie van marketing</b> -10 avonden + naar keuze <b>Marketing management</b> - 10 avonden (praktijk project inbegrepen) of <b>B2B Marketing management</b> - 10 avonden (praktijk project inbegrepen)	€ 3.245	€ 3.055

(\*) alle tarieven zijn exclusief 21% btw.

## Financiële steun voor ANPCB-ondernemingen

Bespreek dit met uw HR-verantwoordelijke.

Korting van 10% via Cevora.

[www.cevora.be](http://www.cevora.be)

## Meerdere inschrijvingen per bedrijf?

Neem contact op met

Kathleen Van Swalm: +32 (0) 2 467 59 57

## Betaling & annulering

Betaling na ontvangst van de factuur, voor aanvang van de opleiding. Voor annulering tijdens de laatste 2 weken vóór de start van de opleiding wordt 30% van het inschrijvingsgeld in rekening gebracht. Vanaf de start van de opleiding is het volledige bedrag verschuldigd. De annulering dient schriftelijk te gebeuren.

**Inschrijven doet u op de website of per e-mail**

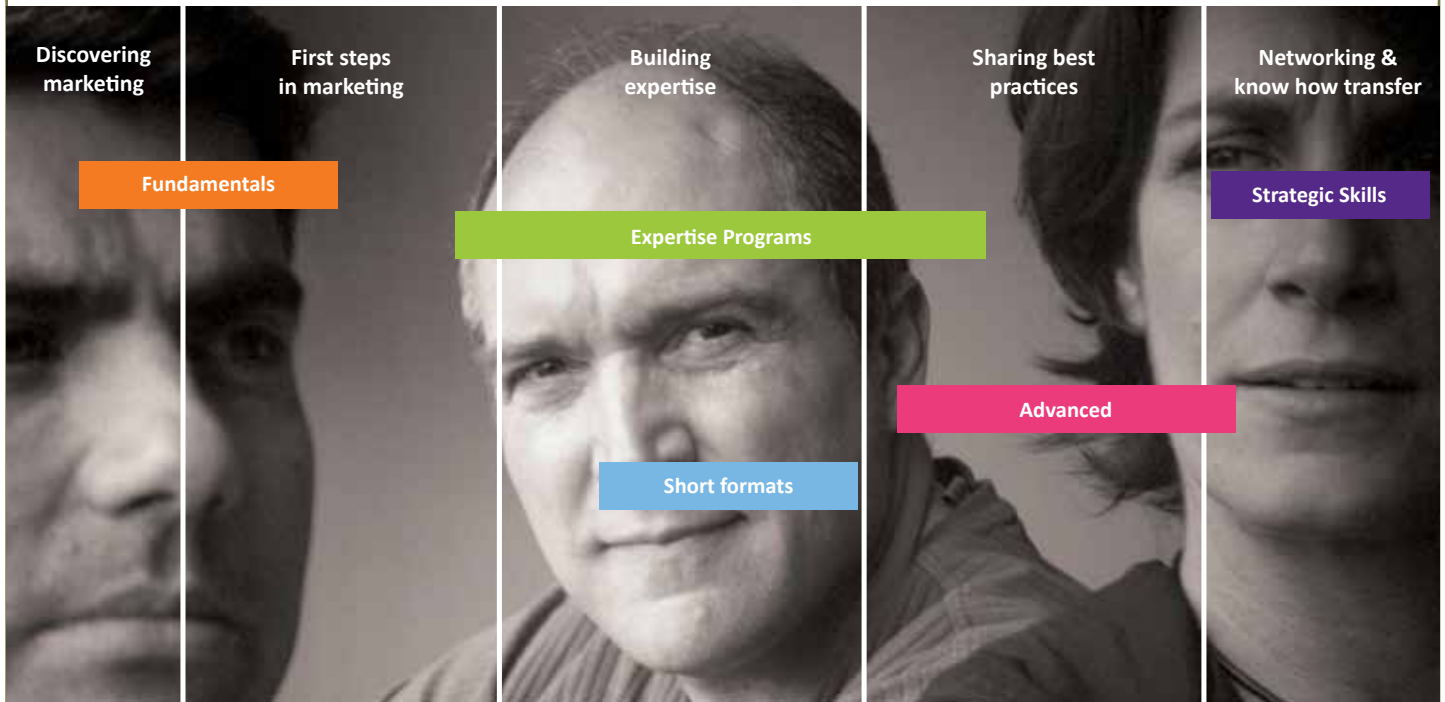
Op de website: [www.stima-education.be](http://www.stima-education.be) (Fundamentals opleidingen)

Per e-mail: [Kathleen.vanswalm@stima.be](mailto:Kathleen.vanswalm@stima.be)

Voor verdere vragen en informatie, neem contact op met Kathleen Van Swalm: +32 (0) 2 467 59 57.

**STIMA EDUCATION biedt, als enige, een coherent, logisch, modulair en volledig opleidingstraject.**

De opleidingen van STIMA EDUCATION schrijven zich zeer duidelijk in in een volledig traject. Professionals kunnen op elk moment van hun carrière instappen om hun expertise in marketing, sales of communicatie op te bouwen. Het Expert-Diploma is de bekroning van een volledig doorlopen traject.



Expert-Diploma

Het Expert-Diploma is de erkenning van uw ervaring en de bekroning van een weloverwogen opleidingstraject op weg naar een managementfunctie. Het Expert-Diploma is een bewijs van persoonlijke ontplooiing, een opwaardering van uw CV en versterkt de loopbaankansen.

**STIMA EDUCATION, meer dan opleidingen alleen**

1. Een perfecte mix van academische benadering én praktijkgerichtheid.
2. Docenten uit de bedrijfswereeld houden de inhoud brandend actueel.
3. Docenten uit de praktijk die ook weten hoe die kennis door te geven.
4. Wat u leert, is meteen inzetbaar.
5. U behaalt het Expert-Diploma op het einde van het traject.

STIMA EDUCATION werkt samen met volgende structurele partners:

