



Marketing - MSc (parttime)

Vrije Universiteit Amsterdam - School of Business and Economics - M Marketing (deeltijd) - 2017-2018

Verdiep uw kennis, verbreed uw blik en vergroot uw kansen

Het Master in Marketing programma neemt u mee op een tocht waarin u uzelf uitdaagt verder te kijken in de gebieden van marketingtheorie en marketingpraktijk. U zal leren om strategisch te denken, en dus te begrijpen op welke wijze superieure waarde voor klanten en andere stakeholders te creëren.

De Master gaat in op de laatste ontwikkelingen in marketing gebied. U leert gedurende deze opleiding conceptueel en analytisch denken en dit te vertalen naar praktijksituaties. Dat wil zeggen dat u modellen en theorieën kritisch kunt evalueren. Op basis hiervan bent u in staat de uitkomsten te relateren aan een breed scala van bedrijfsactiviteiten en sectoren. U doet ervaring op in het strategisch denken vanuit uiteenlopende invalshoeken. U maakt op een diepgaande manier kennis met de nieuwste 'state-of-the-art' literatuur. De inzichten die u hieruit opdoet kunt u direct toepassen in de cases die we behandelen en uw dagelijkse praktijk.

Inhoudsopgave

| | |
|---|---|
| Parttime Master Marketing year 1 | 1 |
| Parttime Master Marketing year 2 | 1 |
| Vak: Business Marketing (Periode 2) | 1 |
| Vak: Consumenten Marketing (Periode 1) | 1 |
| Vak: Customer Intelligence (Periode 2, Periode 5) | 1 |
| Vak: Digital Marketing (Periode 1) | 2 |
| Vak: Management Integratie (Periode 6) | 2 |
| Vak: Marketing Strategie (Periode 4) | 2 |
| Vak: Onderzoeksmethoden (Periode 2) | 2 |
| Vak: Thesis (Ac. Jaar (september)) | 3 |

Parttime Master Marketing year 1

Vakken:

| Naam | Periode | Credits | Code |
|---------------------------------------|----------------------|---------|--------------|
| Business Marketing | Periode 2 | 6.0 | E_PTMKT_BM |
| Consumenten Marketing | Periode 1 | 6.0 | E_PTMKT_CM |
| Customer Intelligence | Periode 2, Periode 5 | 6.0 | E_PTMKT_CI |
| Management Integratie | Periode 6 | 6.0 | E_PTMKT_MINT |
| Marketing Strategie | Periode 4 | 6.0 | E_PTMKT_MS |

Parttime Master Marketing year 2

Vakken:

| Naam | Periode | Credits | Code |
|------------------------------------|----------------------|---------|-------------|
| Digital Marketing | Periode 1 | 6.0 | E_PTMKT_DM |
| Onderzoeksmethoden | Periode 2 | 6.0 | E_PTMKT_OZM |
| Thesis | Ac. Jaar (september) | 18.0 | EQ_MKT_THS |

Business Marketing

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Vakcode | E_PTMKT_BM () |
| Periode | Periode 2 |
| Credits | 6.0 |
| Voertaal | Engels |
| Faculteit | School of Business and Economics |
| Coördinator | drs. J.W.E.G. Fleischeuer |
| Niveau | 400 |

Consumenten Marketing

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Vakcode | E_PTMKT_CM () |
| Periode | Periode 1 |
| Credits | 6.0 |
| Voertaal | Engels |
| Faculteit | School of Business and Economics |
| Coördinator | prof. dr. ir. P.W.J. Verlegh |
| Niveau | 400 |

Customer Intelligence

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Vakcode | E_PTMKT_CI () |
| Periode | Periode 2, Periode 5 |
| Credits | 6.0 |
| Voertaal | Nederlands |
| Faculteit | School of Business and Economics |
| Coördinator | dr. J.L.C.M. Woltman Elpers |
| Examinator | dr. J.L.C.M. Woltman Elpers |
| Niveau | 400 |

Digital Marketing

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Vakcode | E_PTMKT_DM () |
| Periode | Periode 1 |
| Credits | 6.0 |
| Voertaal | Engels |
| Faculteit | School of Business and Economics |
| Coördinator | drs. E.F.J. Lancee |
| Examinator | drs. E.F.J. Lancee |
| Niveau | 400 |

Management Integratie

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Vakcode | E_PTMKT_MINT () |
| Periode | Periode 6 |
| Credits | 6.0 |
| Voertaal | Engels |
| Faculteit | School of Business and Economics |
| Coördinator | prof. dr. J. Boter |
| Niveau | 400 |

Marketing Strategie

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Vakcode | E_PTMKT_MS () |
| Periode | Periode 4 |
| Credits | 6.0 |
| Voertaal | Nederlands |
| Faculteit | School of Business and Economics |
| Coördinator | dr. M.H.P. Kleijnen |
| Examinator | dr. M.H.P. Kleijnen |
| Niveau | 400 |

Onderzoeksmethoden

| | |
|----------------|----------------|
| Vakcode | E_PTMKT_OZM () |
|----------------|----------------|

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Periode | Periode 2 |
| Credits | 6.0 |
| Voertaal | Nederlands |
| Faculteit | School of Business and Economics |
| Coördinator | dr. F. van Horen |
| Examinator | dr. F. van Horen |
| Niveau | 400 |

Thesis

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Vakcode | EQ_MKT_THS () |
| Periode | Ac. Jaar (september) |
| Credits | 18.0 |
| Voertaal | Engels |
| Faculteit | School of Business and Economics |
| Coördinator | dr. M.H.P. Kleijnen |
| Examinator | prof. dr. R.T. Frambach |
| Niveau | 500 |