

VOSEIKO magazine

Een publicatie
van de Faculteit
Economie en Bedrijfskunde



we link economic thinking

Degree students over hun ervaring aan de FEB [18]

A photograph of two young women with long brown hair, wearing black coats, looking off-camera. The woman on the left wears glasses and has her hair in a ponytail. The woman on the right has her hair in a ponytail and is looking directly at the camera.

**Masterstudente
Karen over haar 3D-juwelenmerk:
'ethische mode hoeft niet duur te zijn'.**

Event in de kijker → Iedereen UGent → 8 oktober 2017

IEDEREEN UGENT!

ZONDAG 08/10

ONTDEK, BELEEF EN VIER 200 JAAR
UGENT OP HET UGENT-STADSFESTIVAL!

INHOUD

WOORD VOORAF	3
<i>Prof. dr. Patrick Van Kenhove, decaan</i>	
ALUMNUS IN DE KIJKER	4
<i>Jens Vannieuwenhuysse scoort met Assist</i>	
OPINIE	6
<i>Rookpauzes onbetaald maken?</i>	
OPINIE	7
<i>De Drèze-hypothese 60 jaar later</i>	
ONDERZOEK	8
<i>Diepgaand versus oppervlakkig studeren</i>	
ZO ZIT DAT!	10
<i>Laat je een elektrische fiets best verzekeren?</i>	
ONDERZOEK	
<i>Rekruteren via medewerkers</i>	
<i>Het belang van arbeidsmarktimperfections</i>	
EVENEMENTEN	14
STUDENT IN DE KIJKER	16
<i>Karen over 3D-juwelenmerk WOLK</i>	
INTERNATIONALISERING	18
<i>Internationale studenten over hun ervaring @ FEB</i>	
ONDERWIJS	20
<i>Een FEB-stage als eyeopener</i>	
ONDERWIJS	22
<i>Nieuwe Engelstalige masteropleiding: Economics</i>	
FEB Faits divers	23
TELEX & ACTIVITEITENKALENDER	23

PARTNERS



COLOFON

Viermaandelijks tijdschrift van Universiteit Gent
Faculteit Economie en Bedrijfskunde
Nr. 3 van jaargang 2017

REDACTIERAAD

Brecht Boone, Fleur Lievevrouw,
Kamiel Peeters, Lies Vermeesch

EINDREDACTIE

Lies Vermeesch

Met uitdrukkelijke dank aan

Marc De Clercq, Patrick Van Kenhove, Katrien De Kegel.

Lay-out ► Marc Popelier - www.cluster-graphics.be

Drukwerk ► Publiprinting

Verantwoordelijke uitgever ►

Faculteit Economie en Bedrijfskunde,

Lies Vermeesch,

Tweakerkenstraat 2, 9000 Gent

lies.vermeesch@ugent.be

Overname van artikels is mogelijk mits schriftelijke
toestemming van de redactie en bronvermelding.

Op de coverfoto ► Karen en Jana Van der Biest

Woord vooraf



www.ugent.be/eb

Het academiejaar 2017-2018 gaat van start en hoe?! Op 8 oktober vieren we het Iedereen UGent-evenement om het 200-jarig bestaan van de universiteit in de kijker te zetten. Tal van activiteiten doorheen de Gentse binnenstad zullen je op een speelse manier informeren.

Ook met dit magazine willen we informeren én inspireren ... Je leest onderzoek rond arbeidsmarktimperfections en leert welke invloed bonussen hebben op het rekruteren van nieuwe collega's.

Verder interviewden we Jens Vannieuwenhuysse. Hij is leerkracht Economie én startte zijn eigen zaak op: Assist. Ook studente Karen Van der Biest geeft tekst en uitleg bij haar 3D-juwelenmerk WOLK. Prof. dr. Glenn Rayp heeft het over de technologie-intensiteit van de Belgische export. Prof. Gerrit Van Daele legt de complexe regelgeving rond elektrische fietsen uit en Thomas Van Waeyenberg schetst wat er zou gebeuren als rookpauzes onbetaald werden.

De onderwijskwaliteit van onze faculteit blijft uiteraard prioritair. We belichten onze Engelstalige master Economics en geven een overzicht van alles wat je moet weten over een stage aan de FEB.

Ik mag met trots besluiten dat de kwaliteit van ons onderwijs en onderzoek op de faculteit het bijzonder goed doet. Internationale rankings laten van zich horen. Zo komt de UGent op de 107e plaats van de Times Higher Education Ranking, maar onze faculteit veroverde de 97e plaats met 'Business and Economics'. Wat wil zeggen dat we in de top 100 van de wereld staan. In de Shanghai Ranking (UGent op plaats 69) staan we met het onderzoeksdomein 'Management' tussen plaats 51 en 75 en voor de domeinen 'Business' en 'Public Administration' tussen plaats 76 en 100.

Veel leesgenot en ik hoop jullie allemaal van harte te mogen verwelkomen op Campus Tweakerken op 8 oktober.

Prof. dr. Patrick Van Kenhove
decaan

Jens Vannieuwenhuyse: leerkracht Economie én ondernemer



Jens Vannieuwenhuyse (31) studeerde Economische Wetenschappen aan de faculteit Economie en Bedrijfskunde. Hij koos bewust voor die opleiding omdat de algemene economie buiten de bedrijfswereld hem het meest interesseerde. Sinds 2012 is hij leerkracht economie in het secundair onderwijs, in het Heilig-Hartcollege in Waregem en in 2013 richtte hij zijn eigen bedrijf 'Assist Studieondersteuning' op. Hij geeft er bijles in Economie, Boekhouden, Bedrijfskunde, Financiële analyse, Marketing en Ondernemingsbeleid. Assist begeleidt daarnaast bachelor- of masterproeven en ook startende ondernemers kunnen er terecht voor hun ondernemingsplan en financieel plan. De voorzet van Assist laat studenten en ondernemers scoren.

Het beroep leerkracht heeft een imago-probleem. Hoe ervaar jij dit?

'Mijn job is allesbehalve saai en stoffig. Ik probeer mijn lessen dan ook zo boeiend mogelijk te maken en daar slaag ik in door de verschillende thema's af te stemmen op de actualiteit. Zo zal de vergrijzingsproblematiek er altijd zijn, maar ik kan dat actualiseren dankzij artikels van FEB-onderzoekers die in de pers komen (bv. Prof. Gert Peersman, Prof. Frank Naert, Prof. Stijn Baert). Werken vanuit die verschillende invalshoeken en meningen, houden mijn leerstof boeiend.'

Is er – volgens jou – een kloof tussen de leerstof van het secundair en het hoger onderwijs?

'Boekhouden is geschrapt uit het leerplan van het ASO. Dat begrijp ik niet, want dat is zo'n belangrijke basiskennis voor wie later iets met Economie wil doen! Ook in de Handel (TSO) komt de klemtoon minder op Boekhouden te liggen.'

'Verder vind ik dat we de interpretatie van grafieken al meer moeten integreren in het secundair onderwijs. In het hoger onderwijs moet je de grafieken zelf kunnen samenstellen of tekenen en alle informatie verklaren, wat niet altijd het geval is in het middelbaar.'

Merk je dat er interesse is bij leerlingen om Economie te gaan studeren?

'Economie is populair. Ik merk dat leerlingen uit de Handel of Economie-Moderne talen vaak voor Bedrijfsmanagement aan de hogeschool kiezen en leerlingen uit andere ASO-richtingen met meer Wiskunde in het programma, kiezen vaker voor Economische Wetenschappen, Toegepaste Economische Wetenschappen of Handelsingenieur.'

'Daarom dat het zo jammer is dat Boekhouden geen significante rol meer krijgt in het secundair onderwijs, want Boekhouden en Wiskunde zijn dé twee pijlers die de stevige basis leggen voor een economische opleiding. Op onze school hebben we dat proberen oplossen door "projectwerkuren" in te lassen, daarin kunnen leerlingen o.a. hun tijd spenderen aan een keuzevak Accounting.'

Hoe kwam je op het idee om Assist op te richten?

'Zelf was ik een goede student, ik heb dus nooit bijles nodig gehad', lacht Jens. 'Ik behaalde nét geen grote onderscheiding tijdens mijn opleiding Economische Wetenschappen. Toch merkte ik dat er veel vraag was naar bijles, maar ik vond dat bestaande bureaus het erg verkeerd aanpakten ... Ik heb de nadelen van mijn concurrenten dus omgezet naar mijn troeven.'

Beïnvloedt jouw bijles jouw manier van lesgeven en omgekeerd?

'Assist zorgt ervoor dat ik mijn job als leerkracht beter kan doen. Ik weet meer wat de noden zijn van de leerlingen. Verder zie ik veel verschillend cursusmateriaal de revue passeren en kom ik met veel extra oefeningen in aanraking. Die kan ik ook meenemen naar mijn lessen. Omgekeerd leert mijn ervaring als leerkracht mij wat de pijnpunten zijn bij iemand die bijles kan gebruiken. Uit mijn lessen haal ik

ook veel materiaal voor mijn bijles. Het is dus een echte wisselwerking.'

Waarom heb je als alumnus Economische Wetenschappen een bedrijf opgericht? Dat komt nl. vaker voor bij studenten TEW of Handelswetenschappen.

'De professoren van de faculteit Economie en Bedrijfskunde waarvan ik les kreeg, inspireerden mij en wakkerden mijn ondernemingszin aan. Bij mijn eerste job (WES n.v.d.r.) deed ik strategische planning en gaf ik advies aan bedrijven en overheden op het vlak van bedrijfsgroei en economische ontwikkeling. Dat hielp uiteraard ook.'

Welke vaardigheden uit je studie Economische Wetenschappen aan de UGent komen je nu nog van pas?

'Planning, organisatie, verbanden leggen, logisch redeneren ...'

Welk vak geef je het vaakst in bijles?

'Boekhouden: het is een vak dat je moet begrijpen en dan doe je het ook graag. Ik had ooit een student die een score van 3 op 20 had voor zijn examen Boekhouden. Na de bijles kreeg hij inzicht in de materie. Uiteindelijk werd hij boekhouder in een boekhoudkantoor.'

Hoe zie je de toekomst van Assist?

'Ik zie nog veel groeipotentieel. Steeds meer mensen hebben nood aan individuele begeleiding en ik wil ook een nóg groter draagvlak creëren binnen de regio Waregem. Ik ga me wel nooit voltiids bezighouden met Assist, ik zou het lesgeven te veel missen.'



FOTO © CHRISTOPHE VANDER EECKEN

.....
MIJN LESSEN ACTUALISEER IK DANKZIJ
KRANTENARTIKELS VAN FEB-ONDERZOEKERS
.....

AUTEUR: LIES VERMEESCH

Waarom we rookpauzes niet aan banden hoeven te leggen

Wie één sigaret per werkdag rookt, besteedt op jaarbasis al snel meer dan drie betaalde werkdagen aan het inhaleren van opgedroogde blaadjes. Roken wordt steeds meer als een abnormaal verschijnsel beschouwd waar nog slechts weinig begrip voor te vinden is. Tijdsregistratie zou ingezet kunnen worden om rokers deze verloren werktijd te laten inhalen of om het van hun loon af te houden. Toch is het sop de kool niet waard.

Sociale evolutie

Zelfs voor een ex-roker als ik voelen de asbakjes op het toilet van een vliegtuig aan als een anachronisme. Het herinnert ons aan een vervlogen tijdperk waarin je nonchalant een sigaretje kon aansteken op de bus of in de cinema. Terwijl het vroeger niet ondenkbaar was te roken tijdens je werk, vind je anno 2017 enkel nog rokers terug aan de poort, de parking of in een strategisch geplaatst rookhokje. Hoe er wordt omgegaan met deze verloren werktijd is dikwijls voer voor discussie. Een Deense studie bevroeg 1020 meerderjarige Denen en illustreert de verdeeldheid. 44 procent vond dat een rookpauze ingehaald of betaald moet worden door de roker. 43 procent maakte er geen punt van. Voor niet-rokers is het een kwestie van rechtvaardigheid. In tegenstelling tot subtiele werkonderbrekingen zijn rookpauzes opzichtig en daardoor eenvoudig te registreren. Binnen een 9-to-5 mentaliteit zal een roker die de ene na de andere sigaret gaat roken dus verschillende werkonderbrekingen aaneenrijgen. Net zoals diverse privéaangelegenheden, koffiepauzes, sanitaire stops en keuvelen met de collega's kunnen deze activiteiten al snel cumuleren tot een drastisch verlaagde werktijd. Zolang het binnen de perken blijft, impliceren deze onderbrekingen niet automatisch een productiviteitsverlies. Medewerkers halen immers vaak hernieuwde energie uit zulke oplaadmomenten.

Werktijd versus resultaat

Het nieuwe werken gaat uit van een mensvisie waarin mensen niet lui zijn of enkel te motiveren zijn via geld. Deze huidige visie valt niet langer te rijmen met het registreren van gewerkte minuten. Medewerkers worden beter vertrouwd om autonoom te werken en zelf verantwoordelijk te zijn voor hun prestaties. In de mate van het mogelijke zijn ze vrij om te bepalen waar, wanneer en hoe ze werken. Lou-ter focussen op werktijd is onzinnig. Idealiter worden er duidelijke afspraken en doelen met de medewerker vooropgesteld en wordt er nadien uitsluitend op de behaalde resultaten gefocust. Te strakke controle staat haaks op dit beeld. Tijdsregistratie is een mes dat langs twee kanten snijdt. Enerzijds kost het een organisatie veel geld en energie. Daarnaast is werktijd geen nauwkeurige indicator van geleverde prestaties. Het geeft een vals gevoel van rechtvaardigheid zonder werkirrelevant gedrag daadwerkelijk uit te sluiten. Anderzijds schaadt het ook de medewerker. Het ondermijnt vooral hun autonomie en demotiveert hen om meer te doen dan vastgelegd is.

Demonisering

Of je voorkeur naar een slaatje met quinoa of een sigaret gaat, bepaal je beter zelf. Roken demoniseren, past goed in tijden waarin men politieke correctheid hoog in het vaandel draagt. Binnen een rationeel en strategisch personeelsbeleid hoort de focus echter elders te liggen. Een efficiënt beleid bewaakt dat de geplande resultaten en doelstellingen bereikt worden en beschouwt medewerkers als zelfstandige en volwassen mensen. Onderzoek is hier eenduidig over. Deze autonomie leidt tot meer werktevredenheid en een hogere motivatie die bijdraagt aan de productiviteit.

AUTEUR: THOMAS VAN WAEYENBERG, DOCTORAATSSTUDENT
DEPARTMENT OF HRM AND ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

Hebben kleine landen een competitief nadeel in technologisch gesofisticeerde goederen?



De 'Drèze-hypothese' 60 jaar later.¹

Het economische belang van internationale competitiviteit spreekt voor zich, zeker in de gemondialiseerde economie van vandaag. De determinanten ervan zijn al evenmin een groot geheim. In grote lijnen brengen we deze determinanten onder in twee categorieën: productie(loon)kosten en productkenmerken. Productiekosten zijn vooral van belang voor zogenaamde gestandaardiseerde goederen. Deze goederen zijn weinig technologisch complex (veel bedrijven kunnen ze produceren) en vergelijkbaar van kwaliteit, de prijs waartegen ze worden aangeboden doorslaggevend. Productkenmerken koppelen we vooral aan technologisch gesofisticeerde en innovatieve goederen, die zich hierdoor van het overige aanbod kunnen onderscheiden en een niche vormen, relatief afgeschermd van de scherpste prijsconcurrentie.

In de jaren 1960 stelde de befaamde Belgische econoom Jacques Drèze dat kleine landen zoals België zich onvermijdelijk in gestandaardiseerde goederen moesten specialiseren². Drèze argumenteerde dit op basis van een schaalvoordelenlogica. Om concurrentieel te zijn, moeten de ondernemingen kunnen produceren op een voldoende grote productieschaal. Technologisch gesofisticeerde, innovatieve goederen golden als markt- of landspecifiek en, in een verbrokkelde internationale omgeving, zouden enkel landen met een voldoende grote thuismarkt, zoals Duitsland en Frankrijk, erin slagen om in deze goederen een competitief voordeel te verwerven. Landen zoals België en Nederland hadden een te kleine thuismarkt om voor innovatieve, gesofisticeerde goederen een concurrentiële productieschaal te bereiken en moesten dus terugplooiën op de (meer kostengevoelige) gestandaardiseerde

goederen. Hierdoor hing het internationale concurrentievermogen van kleine landen zoals België veel meer af van kostenfactoren, zoals de lonen. Dit intrinsieke competitieve nadeel van kleine economieën in technologisch gesofisticeerde goederen wegens een te kleine thuismarkt staat in de literatuur bekend als de **Drèze-hypothese**.

Sinds de jaren 1960 is de wereld en de economie echter sterk geëvolueerd. Meest opvallend zijn de mondialisering en de Europese eenmaking. Geldt in deze sterk veranderde economische omgeving de Drèze-hypothese dan nog?

Om op deze vraag te antwoorden, moeten we ons een beeld vormen van de technologische sofisticatiegraad van de export van verschillende landen en deze vergelijken. De **EXPY**-indicator van Hausmann, Hwang en Rodrik (2007)³ is hiervoor een goede maatstaf. De indicator gaat ervan uit dat de rijkste (industrie) landen ter wereld ook de technologisch meest geavanceerde goederen produceren en exporteren. Hoe meer de exportstructuur van een land dus aanleunt bij deze van de rijkste industrielanden, hoe meer deze als technologisch meer gesofisticeerd kan worden beschouwd. Aan de hand van productie- en exportgegevens op product- of sectorieel niveau voor de periode 1970-2010 (van alle landen waarvan de gegevens beschikbaar waren), werd de EXPY berekend. Voor 21 OESO-landen konden we zo een jaarlijkse rangschikking maken op basis van de EXPY-score.

In 1970 vinden we België terug op plaats 14 (van 21). (West-) Duitsland (2), het Verenigd Koninkrijk (4), de VS (5), Canada (7), Japan (8) en Frankrijk (9) domineren in dat jaar de rangschikking. Deze vaststelling gaat in de richting van de Drèze-hypothese: we vinden de grote industrielanden systematisch in de top-10 van de landen met de grootste technologische sofisticatie van de export terug. De meeste kleinere industrielanden, met een exportstructuur die minder technologisch gesofisticeerd en dus meer gestandaardiseerd was, volgen. Tussen 1975 en 1995 schommelt België rond plaats 11 en 12 en eindigt rond de millenniumwending

op plaats 13. Sindsdien is België echter stevig de top-10 ingedoken, eindigend op plaats 8 in 2010. Daarbij gaat ons land de VS, Canada en het Verenigd Koninkrijk vooraf en bevindt het zich in de onmiddellijke omgeving van Frankrijk (6) en Duitsland (5), die o.m. Finland en Zwitserland moeten laten voorgaan. Deze evolutie toont ons dus twee zaken. Ten eerste is aan het einde van de periode de rangschikking van de grote industrielanden vóór de kleine industrielanden verdwenen. Ten tweede heeft België in tegenstelling tot bijvoorbeeld Nederland zijn positie in het eerste decennium van de 21ste eeuw gevoelig verbeterd. Voor België lijkt de Drèze-hypothese minder geldig en is België erin geslaagd de technologische sofisticatiegraad van haar exporten t.o.v. de andere industrielanden aanzienlijk te verbeteren.

We kunnen vermoeden dat de Europese eenmaking en de creatie van een eengemaakte markt hierin een belangrijke rol hebben gespeeld (al blijft dit een hypothese). Door de eengemaakte markt is de structurele concurrentiehandicap van kleine economieën in technologisch gesofisticeerde en meer innovatieve goederen verminderd, zoniet verdwenen. Belgische ondernemingen hebben op gelijke voet als de Franse, Duitse, Britse, ... ondernemingen toegang tot een markt van nu meer dan 500 miljoen potentiële consumenten en lijken dus niet meer 'gedoemd' tot een specialisatie in de meer (loon) kostgevoelige gestandaardiseerde goederen. Een beperkte thuismarkt staat competitiviteit in innovatieve goederen niet meer in de weg. Nu nog volgehouden de kansen benutten die de eengemaakte markt biedt.

AUTEUR : PROF. DR. GLENN RAYP

¹ Deze tekst is gebaseerd op de masterproef in de Master of Business Engineering van Thomas Hofman: 'De technologische samenstelling van de Belgische export ontleed', juni 2017. De auteur van dit artikel, Prof. dr. Glenn Rayp, begeleidde deze masterstudent. Dit artikel is een persoonlijke stellingname van de auteur.

² Jacques Drèze, 'The Standard Goods Hypothesis', in A. Jacquemin en A. Sapir (eds.), *The European Internal Market. Trade and Competition*, Oxford University Press, Oxford, 1989, pp.13-32.

³ Hausmann R., J. Hwang en D. Rodrik (2007), 'What you export matters', *Journal of Economic Growth*, 12(1).

Diepgaand versus oppervlakkig studeren

Het hoger onderwijs maakte – zeker in de opleidingen die gedoceerd worden aan de FEB – een fundamentele shift door in de afgelopen jaren. Dit mede op vraag van werkgevers, die al lang niet meer zoeken naar werknemers die louter een paar economische modellen kunnen uitleggen, maar verlangen dat nieuwe economische arbeidskrachten over een heel repertoire aan nuttige vaardigheden en competenties beschikken. Om aan deze wens tegemoet te komen, volstaat het dus niet meer dat studenten feiten en formules uit hun cursus uit het hoofd leren. Hun opleiding verplicht hen om nu ook bepaalde technieken en vaardigheden onder de knie te krijgen. Deze evolutie legt de discrepantie tussen twee verschillende leerbenaderingen bloot: oppervlakkig en diepgaand leren.



Motivatie en de invloed op academische prestaties

Kort door de bocht kan je stellen dat elke student zijn universitaire carrière aanvat met hetzelfde doel voor ogen: het behalen van een diploma. Desalniettemin slaagt lang niet elke student erin om dit kostbare stukje papier binnen te halen, en reeds lange tijd vraagt men zich af hoe dit komt. De meest logische verklaring is de motivatie waarmee elke student zijn opleiding start. Hoe het verband tussen motivatie, leerbenadering en academische prestaties binnen een economische context dan precies in elkaar zit, is nog onbekend terrein. Nieuw onderzoek aan de faculteit Economie en Bedrijfskunde naar verschillende leerbenaderingen kan de missende schakel vormen.

Men identificeert twee vormen van motivatie. Aan de ene kant is er de intrinsieke motivatie, wat verwijst naar de wil en persoonlijke interesse om een bepaalde taak te voltooien en de voldoening die daarmee gepaard gaat. Aan de andere kant weerspiegelt extrinsieke motivatie dat iemands acties sterk bepaald worden door de beloningen die daar aan vasthangen vanuit zijn omgeving. Hoewel intrinsieke motivatie volgens onderzoekers een groter effect heeft, hebben beide vormen een positieve invloed op iemands slaagkansen. En dat komt doordat motivatie een rol speelt in de vraag of een student de leerstof oppervlakkig dan wel diepgaand wil studeren.

Een oppervlakkige of diepgaande leerbenadering

Een oppervlakkige benadering wil zeggen dat een student bereid is nèt genoeg kennis te vergaren om een taak te vervullen of te slagen voor een vak. Studenten proberen hierbij een onvoldoende te vermijden, maar wel met zo weinig mogelijk moeite. Hiertoe maken ze vooral gebruik van hun vermogen om zaken te kunnen memoriseren en reproduceren. Daarentegen, iemand die een diepgaande leerbenadering toepast, is persoonlijk begaan met de leerstof en daadwerkelijk geïnteresseerd in de materie. De student wil effectief begrijpen wat hij of zij heeft geleerd, en probeert dit terug te koppelen aan vroeger vergaarde kennis. Hij of zij probeert de logica en de interne verbanden in de leerstof te herkennen, alsook af te leiden hoe deze gerelateerd zijn aan leerinhouden van andere vakken.

Uit onderzoek blijkt dat er in het eerste jaar (TEW, EW, HIR) aan de FEB voornamelijk studenten zijn met een diepgaande leerbenadering. Het onderzoek geeft aan dat het gebruik van een diepgaande leerbenadering



.....

BIJ EEN DIEPGAANDE
LEERBENADERING IS
DE MANIER VAN LEREN
MINSTENS ZO BELANGRIJK
ALS DE TIJDSINVESTERING

.....

een positieve invloed heeft op academische prestaties (lees 'de punten'), terwijl het omgekeerde geldt voor een oppervlakkige leerbenadering. Daarbij is het een vaak gemaakte veronderstelling dat een student ofwel oppervlakkig, ofwel diepgaand studeert. Deze dichotomie klopt echter niet volledig: het blijkt dat sommige studenten weinig blijf geven van kenmerken die geassocieerd worden met de ene of de andere leerbenadering. Deze groep kreeg de naam van 'blokbeestjes'. Zij hebben niet de doelstelling om de leerstof volledig te begrijpen, maar zijn wel bereid om meer tijd en moeite in hun studie te steken. Ze kennen de leerstof tot op zekere hoogte, maar slagen er niet in deze toe te passen in nieuwe, onbekende situaties.

Wat zorgt er nu voor dat een student ofwel oppervlakkig, ofwel diepgaand leert? Hier komt in eerste instantie dus vooral motivatie bij kijken. Het onderzoek wijst uit dat, wanneer een student blijf geeft van een hoge intrinsieke of een hoge extrinsieke motivatie, hij of zij meer kans heeft om met een diepgaande leerbenadering voor de dag te komen. Hierbij werd rekening gehouden met de vroeger vertoonde studiecapaciteiten en het geslacht van de studenten. Daarbij leidt een hoge intrinsieke motivatie ook minder snel tot een oppervlakkige leerbenadering. Het blijkt ook dat mannen vaker dan vrouwen verleid worden om de leerstof slechts oppervlakkig onder de loep te nemen.

Hoe zit de relatie nu tussen leerbenadering, behaalde resultaat en de gebruikte studietijd die nodig was om dat resultaat neer te zetten? Wat betreft studietijd blijkt dat studenten die hun leerstof diepgaand doornemen, gemiddeld langer achter de boeken zitten. Dit in tegenstelling tot hun meer oppervlakkige collega's, die net iets minder tijd in hun studies steken. Ook bij onze studenten aan de faculteit Economie en Bedrijfskunde leidt een diepgaande leerbenadering tot betere resultaten en heeft een oppervlakkige leerbenadering een slechter academisch resultaat tot gevolg. Dit is een robuust resultaat in vergelijking met internationaal onderzoek in het hoger onderwijs. Nieuw hierbij is de link met de gespendeerde tijd. De relatie tussen diepgaande leerbenadering en academische prestaties blijft positief, ook al houdt men rekening met de gespendeerde tijd. Dit betekent dat een diepgaande leerbenadering meer inhoudt dan 'veel' studeren. Echter, het negatieve effect van de oppervlakkige leerbenadering verdwijnt volledig als we het combineren met de tijd die wordt besteed. Dit betekent dat de manier waarop studenten leren bijzonder belangrijk blijft, zelfs al wordt de tijd die

studenten besteden in rekening gebracht. Studenten moeten dus niet alleen gestimuleerd worden om hard te werken tijdens het semester, maar ook aangemoedigd worden om een diepgaande leerbenadering aan te nemen. Of anders gezegd, een diepgaande leerbenadering is veel meer dan inspanning (tijd) leveren bij het studeren. De manier van leren lijkt minstens zo belangrijk als de tijdsinvestering.

Het is vanzelfsprekend dat een onderwijsinstelling zoals de UGent, en in verlengstuk de FEB, alles in het werk stelt om een zo kwalitatief hoogstaand mogelijke opleiding aan te bieden. Daarnaast moeten zowel lesgevers als studenten beseffen dat motivatie en de gehanteerde leerbenadering van groot belang zijn voor iemands slaagkansen.

Hier verschijnen dus twee uitdagingen: aan de ene kant moet men ernaar streven om studenten zoveel mogelijk te motiveren, zij het intrinsiek of extrinsiek. Aan de andere kant is het ook de moeite waard om, los van hun motivatie, studenten aan te moedigen zich een diepgaande leerbenadering eigen te maken.

AUTEURS: PROF. PATRICIA EVERAERT, DR. EVELIEN OPDECAM & DRA. SOPHIE MAUSSEN

Meer informatie over dit onderzoek bij patricia.everaert@ugent.be, evelien.opdecam@ugent.be en sophie.maussen@ugent.be van de vakgroep Accountancy, Bedrijfsfinanciering en Fiscaliteit.

Nog sneller door de spits met de elektrische fiets



We weten dat de fiets een goed alternatief is om de ochtendspits te ontwijken. Toch valt regelmatig het bezwaar dat de afstand tussen de woonplaats en het werk te groot is. Dan brengt de elektrische fiets een oplossing. Zeker de snelle elektrische fiets, de zogenaamde speed pedelec, helpt een grote afstand te overbruggen. Zelfs afstanden van 20 km doe je sneller met de speed pedelec dan met de auto. Het statuut van die speed pedelec wijzigt binnenkort, waardoor die fiets nóg aantrekkelijker wordt. Wat zijn die voordelen? En hoe zit het met de verzekeringen?

Eerst even definiëren: wat is een speed pedelec? Dat is een fiets die tot 45 km/u kan rijden, een maximaal vermogen van 4 kW heeft en trapondersteuning levert. Dat betekent dat de fietser moet trappen. Alleen dan levert de elektrische motor energie, vandaar dat men spreekt over trapassistentie. Een e-bike is dan weer een fiets die autonoom – dus zonder trappen – kan rijden. Eigenlijk is een e-bike een bromfiets die wordt aangedreven door een elektrische motor i.p.v. een verbrandingsmotor. Het fiscaal statuut van de speed pedelec gaat veranderen, de e-bike blijft het – minder gunstig – statuut van brommer behouden.

Geen voordeel alle aard

De speed pedelec wordt binnenkort gelijkgesteld met een gewone fiets. Daardoor wordt een snelle fiets een interessante vorm van alternatieve verloning. Want een fiets van het bedrijf levert géén voordeel alle aard op voor de gebruiker. Dat is een groot verschil met de huidige toestand, waar een speed pedelec nog als brommer wordt aanzien. En daar hangt een belastbaar voordeel alle aard aan vast. Werkgevers kunnen dus binnenkort hun personeel belonen en motiveren met een snelle fiets zonder dat er een voordeel alle aard aan vasthangt.

Wel RSZ verschuldigd

Helaas volgt de RSZ niet de redenering van de fiscus. Want op privéverplaatsingen met de elektrische fiets is toch RSZ verschuldigd. Dat levert meteen de vraag op wat de wet als privéverplaatsingen ziet. De grondslag voor de berekening van die RSZ-bijdrage is vooralsnog niet duidelijk.

Aftrekbaar voor 120%

Alle kosten van aankoop, maar ook van onderhoud of herstelling van een fiets – elektrisch of niet – zijn voor 120% aftrekbaar. Dat is interessant, maar het gaat nog verder: ook de kosten aan onroerende goederen voor de bedrijfsfiets (stalling, kleedruimte, douches) zijn voor 120% aftrekbaar.

Korte afschrijffperiode

Een bedrijfsfiets – dus binnenkort ook de speed pedelec – wordt op drie jaar afgeschreven en ook dat levert een fiscaal voordeel op.

Geldig voor elk type fiets?

In essentie zijn de opgesomde fiscale voordelen van toepassing voor ieder type fiets. De fiets moet echter geschikt zijn voor woon-werkverkeer. De doorsnee fiets levert dus geen probleem, evenmin als een bakfiets of mountain bike met bv. een bagagerek. Of een peperdure koersfiets van 11.000 euro in aanmerking komt voor woon-werkverkeer is twijfelachtig. Dat zal wat overtuigingskracht bij de fiscus vragen ...

Inschrijven zoals een bromfiets

De speed pedelec moet, zoals ieder motorvoertuig, ingeschreven zijn en een nummerplaat hebben. Zo'n klein formaat van nummerplaat kost 32 euro. Verder is er geen inschrijvingskost of verkeersbelasting verschuldigd. Ook op dat vlak is een speed pedelec interessanter dan bv. een bromfiets.

Waar moet de speed pedelec rijden?

In de praktijk is dit een moeilijke kwestie. Theoretisch gezien rijdt een speed pedelec waar een bromfiets rijdt, tenzij een specifiek verkeersbord een speed pedelec toch toelaat op een fietspad. Deze verkeersborden zijn momenteel zeer dun gezaaid, waardoor er absurde situaties ontstaan. Zo mag een wielertoerist 40 km per uur rijden op een jaagpad, voorbehouden voor fietsers. Een elektrische fiets met een maximum van 30 km/u mag er niet op, tenzij dat specifiek verkeersbord ook speed pedelec-fietsers toelaat.

En de verzekering?

Een verzekering is niet verplicht voor een "pure" speed pedelec, maar wel sterk aanbevolen. Een "pure speed pedelec" is een fiets die op geen enkele manier autonoom kan rijden. Er is m.a.w. altijd trapondersteuning, vanaf 1 km/u. In feite heeft bijna iedere speed pedelec een knop, waarmee de fiets – doorgaans tot 20 km per uur – toch autonoom (d.w.z. zonder trappen) kan rijden. Daardoor moet deze verzekerings-technisch wél verzekerd worden. Door de mogelijkheid om autonoom 20 km/u te rijden ontstaat meteen de verzekeringsplicht voorzien in de wet op de motorrijtuigen van 1989. In de praktijk is het eigenlijk simpel: een speed pedelec moet met een motorrijtuigenverzekering verzekerd zijn, want ze hebben bijna allemaal zo'n autonomieknop. De polis kost momenteel zo'n 80 euro per jaar. De fietser moet tevens een geldige groene kaart op zak hebben, samen met een geldig rijbewijs en een gekeurde helm dragen.

Een overzichtstabel maakt het wat eenvoudiger :

Een lekke band herstellen bij een elektrische fiets is geen sinecure. Zelfs ervaren doe-het-zelvers hebben er problemen mee. Vandaar dat hulp door een technische pechdienst nuttig kan zijn. Een bijstand-verzekering voor een fiets kost ongeveer 50 euro. Let op: momenteel geven verzekeraars géén pechverhelping in het buitenland, tenzij u fietspech heeft vlakbij de Belgische grens. Enkele verzekeraars bieden die pechdienst voor fietsen gratis aan bij hun familiale polis.

AUTEUR: PROF. DR. GERRIT VAN DAELE

	Speed pedelec	Elektrische motorfiets
Aandrijving	Motor zonder trapondersteuning	Motor met trapondersteuning
Max snelheid	Tot 45 km / u	Tot 45 km / u
Max vermogen	4 kW	> 4 kW
Inschrijvingsplicht DIV	ja	Ja
Motorrijtuigenverzekering verplicht ?	ja	Ja
Rijbewijs	Ja, bromfiets B	ja
Plaats op de weg	Zoals een bromfiets klasse B	= bromfiets klasse B, of specifieke toelating
Minimum leeftijd	Ja, 16 jaar	Ja, 16 jaar
Verzekerd in de polis BA gezin	Neen	Neen
Verzekeerbaar in een aparte polis BA motorrijtuigen	Verplicht	verplicht

Doctorandus in de kijker

Bio Sara Stockman

- + Diploma's ▶ *Master of Science in de Sociologie – afstudeerrichting conflict en ontwikkeling* (UGent, 2012)
- ▶ *Master of Science in de Bedrijfseconomie – afstudeerrichting management van overheidsorganisaties* (UGent, 2014)
- + Doctoraat ▶ *Employer Branding: Word-of-mouth communication in recruitment* (promotor: Prof. dr. Greet Van Hove)
- + Posities ▶ *Doctoraatsbursaal – FWO aspirant* ▶ *Onderzoeksgroep Personeel en Organisatie*



Rekruteren via medewerkers.

Belonen of niet?

Steeds meer organisaties schakelen hun personeelsleden in om nieuwe medewerkers te rekruteren. Wie een nieuwe collega aanbrengt, wordt daar soms voor beloond. UGent-onderzoek brengt ongewenste neveneffecten van die rekruteringsmethode aan het licht.

Mede door de sociaal-demografische vooruitzichten op de arbeidsmarkt en het toenemend aantal knelpuntberoepen lijkt de 'war for talent' meer dan ooit terug. Steeds meer organisaties beseffen dat menselijk kapitaal hun voornaamste competitief voordeel vormt. Het aantrekken en behouden van getalenteerd personeel is cruciaal voor het voortbestaan en het succes van organisaties. Bijgevolg neemt het strategisch belang van rekrutering als determinant van de instroom van personeel toe. Hierbij staat de aantrekkelijkheid van een organisatie als werkgever centraal, met als primair doel het identificeren, aantrekken en behouden van potentiële medewerkers. Dit sluit aan bij het toegenomen belang van employer branding, waarbij organisaties trachten een aantrekkelijk én onderscheidend imago als werkgever te creëren, zowel bij toekomstige als huidige medewerkers.

Bestaande medewerkers als een krachtig rekruteringskanaal

Een veelbelovende tactiek, wat betreft het aantrekken van nieuw kwalitatief personeel, is het actief betrekken van huidige medewerkers bij de rekrutering. Zo vragen bedrijven aan hun medewerkers om hun netwerk aan te spreken, om vacatures door te sturen of te posten op sociale media, of om te getuigen over hun eigen werkervaringen in testimonials, op jobbeurzen of via

campus recruitment. Onderzoek toont aan dat deze positieve mond-aan-mond communicatie verspreid door medewerkers een significant grotere invloed heeft op de aantrekkelijkheid van organisaties als werkgever dan bijvoorbeeld meer formele rekruteringskanalen. Centraal hierbij staat de geloofwaardigheid van mond-aan-mond communicatie omdat de info over de job en de organisatie niet door de organisatie zelf wordt verschaft, maar oprechter, persoonlijker en informeler, door een medewerker die weet waarover hij praat. Personen gerekruteerd via medewerkers lijken tevens meer tevreden met hun job, presteren beter en blijven langer binnen de organisatie.

Stimuleren van employee referrals met een beloning

Sommige organisaties zijn, als reactie op al de voorgaand opgenoemde voordelen van mond-aan-mond communicatie door medewerkers, gestart met het belonen van hun personeel indien ze iemand nieuw refereren die uiteindelijk wordt aangenomen in de organisatie (*'rewarded employee referral program'*). Uit een telefonische survey afgenomen bij 36 grote en kleine bedrijven uit de top tien lijst van 'Best Workplaces in Belgium' (*lijsten van 2010-2015*) blijkt dat 75 procent een succesvolle employee referral koppelt aan een beloning. Deze beloning varieert van een geschenkbon of een Bongobon tot een geldelijke bonus gaande van 150 tot 2000 euro. Ondanks het frequent voorkomen van deze rekruteringsstrategie lijken organisaties deze onvoldoende te evalueren en is er bijgevolg weinig geweten over de effectiviteit van dergelijke beloningsprogramma's.

Geloofwaardigheid

Recent onderzoek bij 577 laatstejaarsstudenten van Belgische Universiteiten toont aan dat potentiële sollicitanten die weten dat een organisatie huidige medewerkers beloont voor het doorverwijzen van nieuwe medewerkers zich significant minder aangetrokken voelen tot de organisatie wat kan leiden tot de beslissing om niet te solliciteren voor deze organisatie. De medewerker wordt minder geloofwaardig en lijkt in de ogen van de werkzoekende enkel gemotiveerd door het financiële aspect verbonden aan het doorverwijzen van een nieuwe kandidaat en niet noodzakelijk omdat hij/zij vindt dat de werkzoekende goed bij het bedrijf past.

Deze negatieve perceptie duidt op ongeacht het type bonus (*financiële bonus vs. Bongobon*), de grootte van de financiële bonus, het moment waarop medewerkers de bonus krijgen (*bij aanwerving of na een proefperiode*), het feit dat de oprechte motivatie van de medewerker expliciet benoemd wordt of dat de bonus gedeeld wordt tussen de huidige en nieuwe medewerker.

Aanbevelingen

Enige voorzichtigheid bij het implementeren van een beloningsprogramma in een rekruteringscontext is zodus aangeraden. Organisaties dienen rekening te houden met mogelijke negatieve effecten van een beloning, op eigen medewerkers en mogelijks toekomstige medewerkers. Het is aan te raden om 'evidence based' te werken: vraag medewerkers waarom ze mensen zouden aanraden om te werken bij de organisatie alvorens een beloningsprogramma te installeren, maar pols ook bij sollicitanten hoe ze het rekruteringsproces hebben ervaren en hoe ze bij de organisatie terecht kwamen. Gezien het effect van mond-aan-mond communicatie staat of valt met de geloofwaardigheid ervan, lijkt het bovendien beter om in te spelen op de intrinsieke (*de medewerker haalt er zelf bevrediging uit*) en prosociale (*de medewerker doet het om het bedrijf en/of de werkzoekende te helpen*) motieven van medewerkers voor het verspreiden van positieve mond-aan-mond communicatie over de organisatie als potentiële werkgever. Zo kan een organisatie bijvoorbeeld meer inzetten op haar 'internal branding' en zich focussen op het motiveren van medewerkers om op te treden als ambassadeur van haar 'employer brand'.

Onderzoeker aan het woord

Bio Brecht Boone

+ Diploma's ► *Doctoraat in de economische wetenschappen, 2017*

► *Vorbereidingsprogramma Master of Science in de EU-studies (UGent, 2013)*

► *Master of Science in de Economische Wetenschappen (UGent, 2012)*

► *Bachelor of Science in de Economische Wetenschappen (UGent, 2011)*

+ Doctoraat ► *Arbeidsmarktimperfecties, alternatieve verwachtingen en begrotingsbeleid in dynamische macro modellen.*

+ Posities ► *Econoom bij E.CA Economics*



.....
EEN PERFECT
COMPETITIEVE
ARBEIDSMARKT
IMPLICEERT DAT IEDEREEN
DIE WIL WERKEN KAN
WERKEN EN DAT DE
VRAAG EN HET AANBOD
NAAR ARBEID AAN
ELKAAR GELIJK ZIJN
.....

Over het belang van arbeidsmarktimperfecties en alternatieve verwachtingen

Hoewel de huidige macro-economische modellen almaar realistischer worden, blijven enkele minder realistische assumpties veelvuldig deel uitmaken van de theoretische macro-economische literatuur. In mijn onderzoek bouw ik enkele economische modellen die realistischer zijn in één van de volgende twee dimensies: enerzijds door de veronderstelling van een imperfect competitieve arbeidsmarkt voor laaggeschoolden en anderzijds door niet langer perfect rationele individuen als uitgangspunt te nemen.

Een perfect competitieve arbeidsmarkt impliceert dat iedereen die wil werken kan werken en dat de vraag en het aanbod naar arbeid aan elkaar gelijk zijn. Als we de wereld rondom ons observeren, is dit echter allerminst het geval. Hier schieten modellen met perfect competitieve arbeidsmarkten dus tekort. Zij kunnen bijvoorbeeld werkloosheid niet verklaren. Arbeidsmarktimperfecties kunnen dit wel. Hoewel ook hooggeschoolden met werkloosheid kunnen geconfronteerd worden, ligt de focus in dit onderzoek op het introduceren van deze arbeidsmarktimperfecties op de arbeidsmarkt voor laaggeschoolden. Niet alleen is de werkgelegenheid in een bepaald land onder laaggeschoolden stevast lager dan de werkgelegenheid van hooggeschoolden, dit

verschil inzake werkgelegenheid tussen hoog- en laaggeschoolden hangt ook in sterke mate samen met de totale werkgelegenheid in dat land. Met andere woorden, landen waar de totale werkgelegenheid hoog is, zijn typisch ook landen waar laaggeschoolden het beter doen relatief gezien ten opzichte van hooggeschoolden. Het is dus zowel belangrijk om inzicht te krijgen in waarom landen onderling verschillen inzake de arbeidsmarktprestatie van laaggeschoolden, alsook om te bestuderen welke maatregelen de overheid kan nemen om de werkgelegenheid onder laaggeschoolden op te krikken.

Volledige rationaliteit impliceert dan weer dat individuen een perfect inzicht hebben in de werking van de macro-economie en dat zij bovendien over alle mogelijke informatie beschikken om beslissingen te maken. Vanwege zijn sterke implicaties, wordt deze aanname echter steeds vaker bekritiseerd. Vertrekkende van individuen die niet perfect rationeel zijn, ga ik enerzijds na in welke mate de economische dynamiek wijzigt in vergelijking met rationele verwachtingen en anderzijds in welke mate de effectiviteit van het begrotingsbeleid afhangt van de manier waarop individuen verwachtingen vormen.

De analyse leidt tot volgende conclusies. Ten eerste vinden we dat zowel het gevoerde begrotingsbeleid alsook de arbeidsmarktinstituties in een land in quasi gelijke mate de

arbeidsmarktprestatie van laaggeschoolden verklaren. Anders gezegd, ongeveer 50% van de door het model verklaarde variatie wordt verklaard door verschillen tussen landen in bepaalde beleidsparameters. De andere 50% wordt verklaard door verschillende arbeidsmarktinstituties. Vooral de netto-vervangingsratio in de werkloosheidsuitkering speelt een belangrijke rol. Landen waar deze netto-vervangingsratio hoog is, zijn typisch landen waar laaggeschoolden het minder goed doen. Een tweede bevinding is dat om de werkgelegenheid onder laaggeschoolden te verhogen, het zowel voor de overheid en de vakbonden loont om de krachten te bundelen. Bijvoorbeeld, een aantrekkelijk beleid is een combinatie van lagere belastingen op arbeid en loonmatiging aanvaard door de vakbonden.

Verder toont dit onderzoek aan dat rationele verwachtingen een waardevol alternatief lijken op het eerste zicht, maar dat belangrijke puzzelstukken op hetzelfde moment ook onzichtbaar blijven. Zo hangt de effectiviteit van de overheidsuitgaven sterk samen met de verwachtingen die individuen op dat moment hebben, iets wat in het geval van rationele verwachtingen niet geldt. Verder zal de impact van een wijziging in het begrotingsbeleid groter zijn dan wanneer individuen rationeel zijn, vooral de eerste jaren na de beleidswijziging.

(1) -----

Econoom Olivier Blanchard ontving eredoctoraat

Op **maandag 3 juli** reikte de UGent een eredoctoraat uit aan professor Olivier Blanchard, een macro-econoom met wereldfaam. Olivier Blanchard is professor emeritus aan MIT, het Massachusetts Institute of Technology, en senior fellow aan het Peterson Institute for International Economics in Washington.

Hij is één van 's werelds meest toonaangevende economen. Hij leverde verschillende fundamentele en invloedrijke wetenschappelijke bijdragen op het gebied van de macro-economie, gaande van de effecten van het monetair en het budgettair beleid, tot de verklaring van werkgelegenheid en werkloosheid, en de theoretische macromodellerij van economieën.

Professor Blanchard is een uitstekende lesgever, die discipline en duidelijkheid combineert met een sterke intuïtie. Getuige hiervan zijn de hooggewaardeerde handboeken macro-economie, en verschillende Best Teacher Awards die hij kreeg op het Department of Economics van MIT.

Van 2008 tot 2015 was Olivier Blanchard chief economist van het Internationaal Monetair Fonds (IMF). Hij opende het IMF voor nieuwe ideeën, en werd erg gerespecteerd voor zijn analyse en oordeel, en voor zijn belangrijke rol in het beleid van het IMF in de strijd tegen de wereldwijde recessie na de financiële crisis.

Al eind 2015 kende het Bestuurscollege van de Universiteit Gent, op voorstel van de faculteit Economie en Bedrijfskunde, een eredoctoraat toe aan prof. Blanchard. Hij kon echter niet aanwezig zijn op de plechtigheid waar hij, samen met enkele andere genomineerden, de eretitel ook daadwerkelijk zou ontvangen. De uitreiking ging uiteindelijk door op 3 juli 2017.



FOTO'S © HILDE CHRISTIAENS

(2) -----

Iedereen UGent

Op **8 oktober 2017** vieren we het 200-jarig bestaan van Universiteit Gent met het **"Iedereen UGent"**-evenement. Ook op Campus Twee-kerken, waar de faculteit Economie en Bedrijfskunde gehuisvest is, gaan er op die dag boeiende activiteiten door die gebundeld zijn onder het thema **'de (eigen)wijze consument'**.

Er wordt een heuse experimentenmarkt opgebouwd die je doet stilstaan bij reclamewijsheid en hoe marketeers je (on)bewust beïnvloeden. Hieronder vind je een overzicht van de verschillende deelactiviteiten die doorgaan onder de noemer "de (eigen)wijze consument":

→ Reclamewijze vloggers aan het woord

Verruim je blik en laat je inspireren door één van de videoboodschappen die Vlaamse vloggers deelden over reclamewijsheid.

→ Game jezelf reclamewijs

Ontwikkel een neus voor reclame. Herken merken en reclame op straat, in winkels, op tv ... Denk kritisch na over de reclameboodschap en bedenk welke strategie reclamemakers gebruiken. Aan de hand van een videogame leer je op een goede manier omgaan met reclame.

→ Peepshow: eyetracking

Kinderen zijn toegelaten op deze peepshow. Kom via eyetracking-demonstraties te weten welke visuele reclameprikkel jouw aandacht trekken en welke je negeert. Ontvang een heatmap met jouw eigen resultaten en ontdek hoe je naar de wereld kijkt.

→ Test: smaken verschillen

Onze onderzoekers serveren je verschillende soorten chocolademelk. Aan jou om jouw favoriet te vinden. Komt jouw voorkeur overeen met die van de "doorsnee" consument of stuurt vooringenomenheid jouw koopgedrag?

→ Foodmarketing quiz

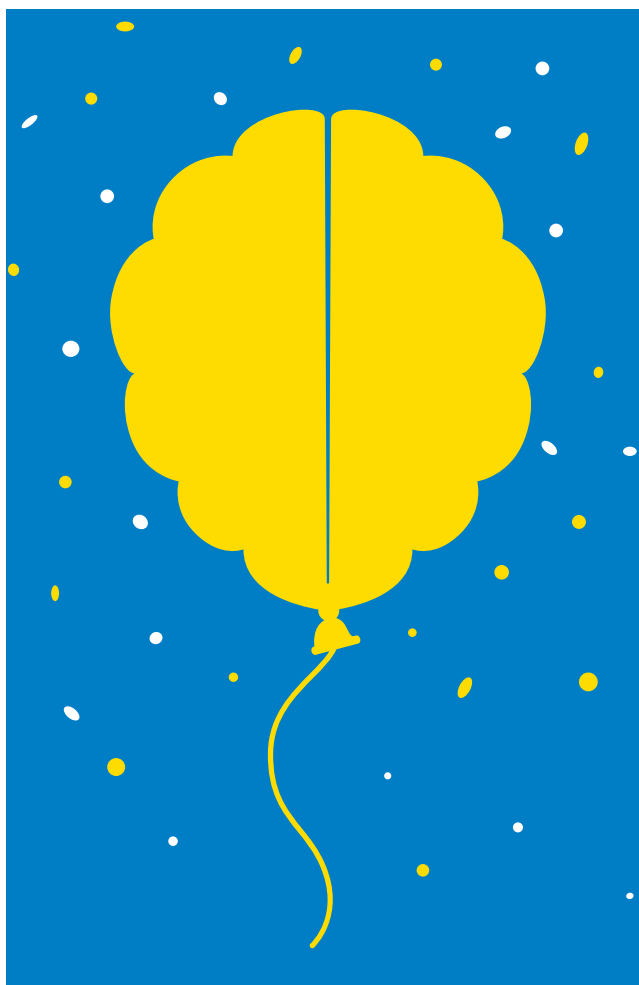
Snoep je meer of minder als de verpakking hersluitbaar is? Verbruik je meer of minder met een knijpfles? Het zijn enkele onderzoeksvragen op de foodmarketing quiz. Bezoek de verschillende marktkraampjes, kom het juiste antwoord te weten en verdien de titel van (eigen)wijze consument.

→ Weinig verhullende tijdschriftcovers

Welk tijdschrift gaat schuil achter de cover en welke tijdsperiode link je eraan?

→ Sta zelf eens op een magazinecover

Creëer zelf een magazinecover waarop jij alle aandacht trekt. Verwerk jouw foto in de cover en bedenk een spraakmakende boodschap waarmee je anderen wilt inspireren of overtuigen.



Selfmade woman, Karen Van der Biest, over haar 3D-juwelen

Karen Van der Biest (24), masterstudente Handelswetenschappen, richtte samen met haar zus Jana (21) WOLK op in mei 2014.

Het – inmiddels succesvolle juwelenmerk – startte per toeval. 'Ik printte een 3D-ketting voor mezelf en kreeg er veel positieve reacties over. Zo ging de bal aan het rollen.'

Je hebt een bachelor Geografie op zak. Waarom besloot je uiteindelijk om Handelswetenschappen te studeren?

'Ik was 18 en had geen flauw idee wat ik zou doen', lacht Karen. 'Door met WOLK bezig te zijn en te beseffen dat ik helemaal geen achtergrond had als ondernemer, besloot ik om Handelswetenschappen bij te studeren.'

Je had geen kennis van 3D-printen én ondernemen. Hoe begon je met de uitwerking van WOLK?

'De 3D-printer huur ik en Jana verdiepte zich in technisch tekenen met AutoCAD. Voorlopig bestaan de 3D-prints van WOLK voornamelijk uit PLA, dat is een grondstof gemaakt van suikerriet en maïs. Het materiaal is daardoor afbreekbaar en recycleerbaar, wat het een duurzaam product maakt. Daarnaast printen we ook in koper of hout.'

'Om te kunnen starten met mijn onderneming behaalde ik – aangezien ik nog geen bachelordiploma had – eerst mijn attest Bedrijfsbeheer. Ik vroeg mijn ondernemingsnummer en BTW-nummer aan, ging luisteren bij OOGent en nam allerlei infobrochures door. Ook via mijn boekhouder kreeg ik veel advies. Als Handelswetenschapper doe ik zelf mijn boekhouding, maar aangezien ik nog ten laste ben, leg ik ze graag nog eens voor ter controle.'

'Ik ging ook langs bij Steve Stevens van Durf Ondernemen, dat moet eigenlijk als je een statuut wil als student-ondernemer aan de UGent (lacht). Bij Steve won ik veel advies in, hij overtuigde me ook om te pitchen voor de titel van "beste student-ondernemer" van het jaar. De overheid trok trouwens de grens op van wat een student-ondernemer mag verdienen. Nu hoef je ook geen attest bedrijfsbeheer meer te hebben. Dat verlaagt de drempel toch wat.'

'Of ik het moeilijk vond om een onderneming op te richten? Eigenlijk niet. We moesten in ons geval geen financiering zoeken, zitten niet met een eindeloze stock en we nemen dus weinig risico. We hebben ook nog geen problemen gekend.'

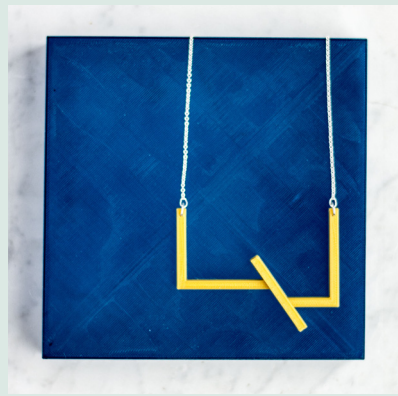
'Verder ben ik een selfmade woman: ondernemen is voor mij al doende leren', vertelt Karen nuchter.

(KAREN: LINKS)



ONDERNEMEN IS VOOR MIJ
AL DOENDE LEREN





Je hebt al geproefd van het ondernemersleven. Wat zijn de voor- en nadelen?

'Ik vind het vooral leuk. Ik heb WOLK zelf uit de grond gestampt en ben mijn eigen baas. Het kan ook wel frustrerend zijn als je vast zit, want je moet erin slagen om steeds iets nieuws te bedenken. Toch wegen de voordelen zeker op tegen de nadelen. Ik ben altijd stiekem een beetje trots als ik iemand met een juweel van WOLK zie rondlopen. De kettingen zijn visueel erg sterk.'

'Wie twijfelt om een onderneming op te richten, zou ik het advies geven: "gewoon doen". Belgen zijn te bang om tegen de muur te lopen, maar eigenlijk zouden mensen dat meer moeten doen. Het stimuleert je om te groeien.'

Waarvoor staat WOLK?

'Ik wou graag voor een Nederlandse naam gaan, één woord. Dan werd het al snel WOLK. WOLK is een modelabel dat zich focust op duurzaamheid. Mensen hebben vaak de misvatting dat ethische mode duur is. Dat is niet zo. De prijs-kwaliteit zit juist bij ons. We zijn geen hippies die heiliger zijn dan de paus, maar het is mooi meegenomen dat WOLK-juwelen ecologisch zijn.'

Is WOLK succesvol?

'Vooral in Oost- en West-Vlaanderen gaat WOLK over de tongen. Via onze webshop www.wolk3d.be verkopen we ¾ van onze juwelen. Naast de webshop verkopen we onze juwelen vooral aan kleine zelfstandigen die zich focussen op duurzaamheid. We werken op bestelling en met drie vaste collecties in vastgelegde kleuren en zitten dus niet met een grote voorraad. Doordat we niet met grote hoeveelheden werken, zijn grote bestellingen soms een uitdaging voor ons. Zo hadden we onlangs een samenwerking met de Juttu-winkelketen, onze juwelen waren daar te koop. Toen mochten we plots 120 kettingen gaan produceren.'

Hoe promoot je WOLK?

'De mond-aan-mondreclame van tevreden klanten doet veel. Daarnaast maken we WOLK kenbaar via verschillende marktjes of events die creatieve ondernemingen steunen zoals MARKT!, De Vitrine, ... Online maken we gebruik van de schoonheid van Instagram, dat is ons voornaamste promotiekanaal. Bij de lancering van een nieuwe collectie zou ik wel eens een Facebook-advertentie durven opzetten. Occasioneel krijgen we eens exposure in geschreven pers, zoals De Standaard, Flair of dit Voseko magazine.'

Verder vertelt Karen over een anekdote dat een artikel in Rondon – een regionaal magazine van Het Nieuwsblad – in de eindejaarsperiode voor een enorme boost in de verkoop zorgde. De collectie was weg op een week en dat had ze nooit verwacht.

Hoe zie je de toekomst van WOLK en jezelf?

'Eigenlijk is de 3D-printtechniek vrij toegankelijk en dat gaat er niet op verbeteren ... Daarom moeten we onszelf blijven heruitvinden zodat de interesse bij de doelgroep blijft. We zullen ze blijven triggeren zodat iedereen een WOLK wil en geen namaak. Die merkidentiteit verder uitbouwen, is zeker een focuspunt. Door beurzen en via het internet houd ik ook de vinger aan de pols wat nieuwe kleuren en printtechnieken betreft.'

'Wat de toekomst betreft, zie ik WOLK niet als een fulltime job, maar als een bijberoep. Ofwel word ik zelfstandige en ga ik jonge ondernemers helpen. Sowieso ga ik op zoek naar een job waarin ik mijn creatief ei kwijt kan.'

AUTEUR: LIES VERMEESCH

.....
 DE SCHOONHEID
 VAN INSTAGRAM IS
 ONS VOORNAAMSTE
 PROMOTIEKANAAL

www.wolk3d.be
 Instagram: @wolk__

Internationale studenten over hun ervaring aan de FEB

Steeds vaker komen internationale degree students aan de faculteit Economie en Bedrijfskunde (FEB) studeren. Dit zijn geen uitwisselingsstudenten die na een semester of een jaar terugkeren naar huis om daar hun studies af te maken. Degree students volgen hier een volledige bachelor- of masteropleiding, en ontvangen op het einde van de rit ook hun diploma van Universiteit Gent. Met hun aanstekelijke enthousiasme geven zij de FEB een uniek buitenlands karakter.

Om een volledige opleiding aan de Universiteit Gent te mogen volgen, moet een kandidaat-degree student diploma's voorleggen die hij of zij reeds in het verleden behaalde aan andere instellingen. Zeker voor het volgen van een masteropleiding is een geschikte basis vereist. Voor elke student wordt er een individuele procedure opgestart die leidt tot rechtstreekse toelating, toelating via een voorbereidingsprogramma of weigering.

Een complete opleiding volgen aan een buitenlandse universiteit is een hele ervaring, zowel voor de student als voor de faculteit. Terwijl de student zich in een nieuwe academische en culturele omgeving onderdompelt, krijgt de FEB te maken met nieuwe – buitenlandse – inzichten. Een paar degree students deelden hun ervaringen met ons.



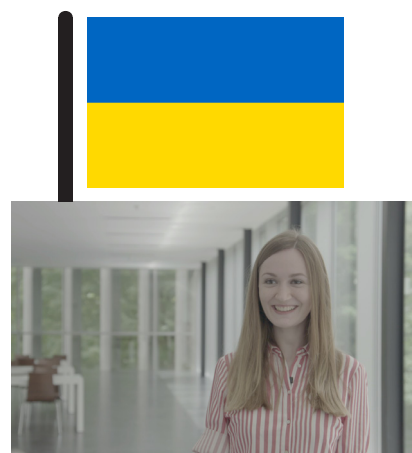
Greta Palma Espino (25),
Mexico ↓
(Business Economics – Marketing)

'Ik was erg te vinden voor het modulair systeem van lesgeven in de masteropleiding. De aanpak dat je een volledig vak in slechts één maand krijgt, onmiddellijk gevolgd door een examen, werkte erg goed voor mij. Het laat je toe om meer autonoom en op je eigen ritme te werken. Op die manier kreeg ik de kans om tijd vrij te maken voor onderzoek en mijn thesis.'



Sarah Fischinger (23),
Oostenrijk ↓
(Business Economics – Corporate Finance)

'Ik heb hier erg veel geleerd van de verschillende professoren. Ze kennen hun vakgebied erg goed en weten waarover ze bezig zijn. Ze slaagden erin om de lessen interactief te maken en ons veel vragen te laten stellen.'



Kateryna Laskava (23),
Oekraïne ↓
(Business Economics – Marketing)

'Universiteit Gent staat zeer hoog in de internationale rangschikkingen en moet niet onderdoen voor andere onderwijsinstellingen. Daarom kwam ik hier studeren. Mijn verwachtingen waren hoog, maar werden ingelost. Bovendien was ik erg geïnteresseerd in België en Gent in het bijzonder na mijn opzoekwerk.'



Ieva Balcere (24),
Letland ↓
(Business Economics – Accountancy)

'De FEB bood een uitstekende theoretische basis, maar je leert hier veruit het meest door de praktijkervaringen en de groepswerken. De opleiding was van erg hoge kwaliteit en bovendien volledig Engelstalig. Voor mij was dit een must aangezien het Nederlands niet makkelijk aan te leren is. De opleiding was ook veeleisend, maar uiteindelijk is dat de beste manier om je prestaties naar een hoger niveau te tillen.'



Damla Manav,
Turkije ↓
(Business Economics – Marketing)

'Ik kreeg erg veel ondersteuning aan de FEB. De administratieve krachten en de professoren waren ook erg toegankelijk. Op een gegeven moment stuurde ik een mail naar de decaan van de faculteit. In Turkije is het ondenkbaar dat een student contact heeft met de decaan, maar hier kreeg ik antwoord, en hij nodigde me zelfs uit om op zijn kantoor te praten over mijn verblijf in Gent. Hij polste ook naar zaken die voor verbetering vatbaar waren aan de faculteit.'



Marko Josimovski (23),
Macedonië ↓
(Business Economics – Corporate Finance)

'Hier studeren, doe je niet alleen. Door het hoge niveau van het onderwijs en het grote studentenaantal is er een gezonde competitiviteit die je alleen maar meer motiveert. Elke dag wou ik beter presteren en beter voorbereid zijn. Maar alles gebeurt toch in een vriendschappelijke omgeving, we moedigen elkaar aan.'



Youshuo Yan (26),
China ↓
(Business Economics – Marketing)

'Chinese studenten kennen de UGent amper, maar dat was net een aspect dat mij aantrok. Ik wou de kudde niet volgen, ik wou iets nieuws ontdekken. Een groot voordeel voor Chinese studenten is dat het inschrijvingsgeld voor niet-EU burgers relatief laag is in vergelijking met andere landen, terwijl het niveau van de opleiding wel degelijk hoog is.'



Mihaela Birdaleanu (25),
Moldavië ↓
(Business Economics – Corporate Finance)

'Ik twijfel er niet aan dat mijn tijd aan de faculteit Economie en Bedrijfskunde me later nog veel kansen en mogelijkheden zal bieden. Ik heb nu een stevige theoretische basis die ik kan meenemen in mijn verdere carrière. Het programma dat de FEB aanbiedt, is precies waar werkgevers naar zoeken bij jonge werkrachten.'



Fulya Erkut (25),
Turkije ↓
(Business Economics – Marketing)

'Hoewel ik veel les had en veel leerstof moest verwerken, moedigde de centrale ligging van Gent me aan om andere plaatsen te bezoeken zoals Brugge en Brussel. Gent blijft wel de mooiste stad in mijn ogen, ik zeg dat niet omdat ik hier woon, het is simpelweg zo. Je vindt hier alles wat je nodig hebt terwijl je één van de beste opleidingen ter wereld volgt.'

Een FEB-stage als eyeopener

De faculteit Economie en Bedrijfskunde biedt stages aan als keuzevak in de opleidingen Economische Wetenschappen, Toegepaste Economische Wetenschappen en Handelsingenieur. Bij de opleidingen Handelswetenschappen en Bestuurskunde en Publiek Management is de stage verplicht. Dat een stage een enorme meerwaarde is voor je verdere loopbaan staat buiten kijf. We praat-ten met de Stagecoördinatie van de faculteit Economie en Bedrijfskunde, het team dat alle stages in goede banen leidt.

Hoe lang duurt een stage aan de FEB?

In de opleiding Handelswetenschappen duurt de verplichte stage 11 voltijdse weken, in de opleiding Bestuurskunde en Publiek Management 9 weken van 4 dagen. In beide gevallen gaat ze door in het tweede semester van maart tot mei. In Handelswetenschappen is de stage ingebed in het masterjaar en dient ze in het verlengde te liggen van de gekozen afstudeer-richting, in Bestuurskunde en Publiek Manage-ment valt de stage in het derde bachelorjaar. Studenten uit de opleidingen Economische Wetenschappen, Toegepaste Economische Wetenschappen en Handelsingenieur kun-nen een stage doen als keuzevak. De duurtijd daarvan is minimum 4 weken en maximum 6 weken en kan doorheen het hele academiejaar opgenomen worden; vaak kiezen studenten daarbij voor het zomerreces of januari.

Wie volgt de stages op?

De Stagecoördinatie volgt alle stages op. Tine De Decker, Sylvie Vandewalle en Bram Van de Velde nemen die taak voor hun rekening voor Handelswetenschappen. Ludo Peferoen is ver-antwoordelijk voor de stages van de opleiding Bestuurskunde en Publiek Management. Voor de opleidingen Economische wetenschappen, Toegepaste Economische Wetenschappen en Handelsingenieur kan je bij Julie Van Den Bos-sche terecht, die Tine Claeys vervangt tijdens haar moederschapsrust.

Wat doet de Stagecoördinatie allemaal?

De Stagecoördinatie brengt de belangen van drie partijen samen: studenten, bedrij-ven en de UGent. Het team probeert om een

basisaanbod te genereren, structurele samen-werkingen op te zetten en ze ook te onder-houden. Aangezien de stage een belangrijk aandeel binnen de opleidingen heeft, blijft de Stagecoördinatie streven naar optimalisatie zodat de stage een gedegen plaats binnen de opleiding behoudt.

Het hoofdaandeel van de job is het onder-steunen van zowel studenten als bedrijven tijdens het volledige proces: van zoektocht tot evaluatie. Bedrijven, overheidsorganisa-ties en andere organisaties krijgen de nodige informatie over hoe ze best een stageplaats aanbieden en wat daarbij van belang is. Nadien kunnen ze ook steeds bij de Stagecoördinatie terecht tijdens de voorbereiding van de stage of tijdens de stage zelf, zowel met praktische vragen als vragen over de inhoud. Het team is het eerste aanspreekpunt voor wat betreft de stage en houdt zo de vinger aan de pols op het werkveld.

Studenten worden via verschillende infoses-sies en documenten ingelicht over hoe ze een stageplaats kunnen zoeken, wat de vereisten en mogelijkheden zijn. Daarnaast volgt de Stagecoördinatie alle stages nauwgezet op aan de hand van logboeken en tussentijdse contactmomenten. Studenten kunnen tijdens hun stage met vragen en problemen bij de Stagecoördinatie terecht.

Waarom is de stage verplicht in de opleidin-gen Handelswetenschappen en Bestuurs-kunde en Publiek Management?

Beide opleidingen profileren zich als acade-mische opleidingen met aandacht voor func-tionele expertise en ondernemingszin. Een stage is het beste middel om dit tot uiting te laten komen: je doet praktijkervaring op in een realistische context in een bedrijf of een overheidsdienst, en niet langer in een voorge-kauwde of beschermde omgeving.

Het verschil tussen theorie en praktijk kan groot zijn, al is het maar door de invloed van gewoontes en intermenselijke factoren. Dank-zij een stage leer je uitdagingen aanpakken vanuit verschillende invalshoeken zonder je te verliezen in details. Op dat multiperspecti-visme zet onze universiteit zwaar in.

Studenten geven ook aan dat deze periode

enorm waardevol en leerrijk is. De gemotiveer-de profielen zien de stage vaak als een test om te zien welke richting ze uit willen. Sommigen kiezen voor een sector die ze niet kennen om te zien of het iets voor hen is. Anderen kiezen bewust voor een sector die ze wél kennen om al praktijkervaring te kunnen voorleggen bij een eerste job. Uiteraard blijft het inhoudelijke van de stage prioritair.

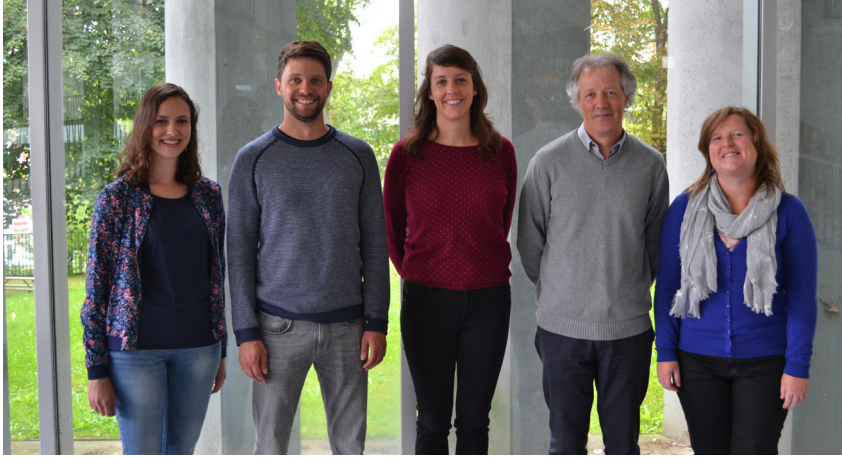
Vanaf wanneer kunnen studenten hun aan-vraag indienen?

Voor studenten Economische Wetenschappen, Toegepaste Economische Wetenschappen en Handelsingenieur kan dit het hele jaar door, af-hankelijk van de gewenste periode. Voor Han-delswetenschappen kan dat vanaf de zomer tot half november. De student moet uiterlijk half november een stageontwerp voorleggen ter goedkeuring om stage te lopen in het vol-gende semester.

Voor bedrijven betekent dit dat ze zich idealiter vanaf mei tot half oktober kunnen opgeven. Hoe vroeger een bedrijf zich aanbiedt, hoe groter de kans op respons bij de studenten. Studenten staan namelijk zelf in voor hun sol-licitatie en kunnen zelf kiezen. Er is dus geen toewijzing.

De Stagecoördinatie heeft een databank met bedrijven en die lijst wordt gepubliceerd. Toch kunnen studenten ook zelf met een stage-plaats op de proppen komen. Zo waren er al nuttige stages in minder 'klassieke' sectoren, zoals in de muzieksector, de cosmeticawereld en bij ngo's. De stage moet afgestemd zijn op het vakinhoudelijke en er mag geen zakelijke, vriendschappelijke of familiale band zijn tus-sen de student en de onderneming waar hij of zij stage loopt.

Voor de stage bij Bestuurskunde en Publiek Management geldt een andere werkwijze. De student zoekt zelf een stageopdracht te-gen midden september en legt die voor ter goedkeuring of de student kiest tegen mid-den oktober uit een stageaanbod waarvoor de organisaties – op uitnodiging van de stageco-ordinator – tegen eind september intekenen.



VLNR, JULIE VAN DEN BOSSCHE (VERVANGSTER VAN TINE CLAEYS), BRAM VAN DE VELDE, TINE DE DECKER, LUDO PEFEROEN, SYLVIE VANDEWALLE

Aan welke voorwaarden moet een stageplaats voldoen?

Elke stage biedt voordelen op het vlak van communicatieve en sociale vaardigheden, maar uiteraard moet de stage in het verlengde liggen van wat men studeert. Zo kan een student Finance geen Marketingstage doen, en kan een student Bestuurskunde en Publiek Management dit enkel als het gaat om marketing van een overheids- of non-profitorganisatie. De stage moet voldoende vakinhoudelijke uitdaging bieden om een meerwaarde te zijn binnen de opleiding en voor de afstudeerrichting. De Stagecoördinatie past daarbij doorgaans een vier-ogen-principe toe waarbij stage-inhouden worden beoordeeld in samenspraak met een collega-docent, professoren uit het betreffende vakgebied of de opleidingscommissie.

Door middel van stageontwerpen worden inhoudelijke problemen voorkomen. Uiteraard mag de stagiair eens een ondersteunende taak uitvoeren, maar er moeten zeker 50% analytische elementen in de taakomschrijving van het stageontwerp zitten. Door periodieke feedbackmomenten houdt de Stagecoördinatie of inhoudelijke UGent-begeleider de vinger aan de pols.

Daarnaast moet het bedrijf nuttige inhoud bieden die meer inspanning vergt dan louter meelopen. Een stagementor moet ook

tijd vrijmaken om de stagiair te begeleiden en feedback te geven, en voldoende ervaring en expertise hebben in het domein waarin de student stage loopt.

Aan welke voorwaarden moet de stagiair voldoen?

Bedrijven zijn vrij om hun eigen sollicitatieprocedure vorm te geven en zo de meest passende student te kiezen. De student moet de stage in zijn curriculum opnemen en voldoende gemotiveerd zijn om voltiids te werken. In een stage steek je veel tijd en voor de meesten is een stage een echte eyeopener! Een 12 op 20 is niet voldoende in bedrijfscontext!

Hoe kan een geïnteresseerd bedrijf terechtkomen in de lijst met stageplaatsen?

Bedrijven vinden basisinformatie op de website www.ugent.be/eb en kunnen mailen naar stage.eb@ugent.be om zich kenbaar te maken als stageorganisatie. De periode en vereisten worden telefonisch afgestemd en wat het bedrijf aanbiedt als inhoud wordt gescreend. Dat komt in de stageovereenkomst.

Wat zijn de voordelen van een stage?

Studenten toetsen hun opgedane kennis in een reële werkomgeving, terwijl ze geconfronteerd worden met de benadering van topics en vraagstukken vanuit verschillende invalshoeken. In de meeste stages komen zowel

verdieping als verbreding van de kennis en competenties aan bod. Naast het inhoudelijke aspect zijn er natuurlijk tal van andere voordelen, zoals joboriëntatie, kennismaking met een specifieke sector, aanleren van sociale skills in een professionele omgeving. Studenten geven vaak aan dat ze naast het inhoudelijke aspect soms versteld staan van hoe ze ook schijnbaar evidente zaken als efficiënt vergaderen, onderscheiden van hoofd- en bijzaken, ... pas onder de knie krijgen door er de confrontatie mee aan te gaan. Als de student erin slaagt om dat allemaal samen te brengen, is de stage geslaagd. Maar ook voor bedrijven, overheden, en andere organisaties biedt een stage een meerwaarde. Je hebt plots iemand in huis die de zaken vanuit een ander perspectief bekijkt. Dat geeft ruimte aan een creatief idee dat er in de normale routine misschien niet zou komen. Bedrijven kunnen gebruik maken van de aangereikte academische kennis om bepaalde zaken anders aan te pakken. Ook in het kader van employer branding is een stage een slimme zet.

Zijn er mogelijkheden om een stage te doen in het buitenland?

Uiteraard. En de voorwaarden liggen vrij dicht bij die van een binnenlandse stage. Enkel zorgt het internationale aspect – en dan vooral de administratie – voor een extra uitdaging. Op dat vlak bieden Belgische bedrijven met een buitenlandse poot vaak voordelen, want dat maakt sommige contractuele bepalingen, wetgevingen en aanvragen wat eenvoudiger. Het vraagt in het algemeen iets meer voorbereiding: wie het wil, begint er best tijdig en met een open blik aan. Begin er bij voorkeur al aan voor de zomer, maar zelfs dan heb je geen garantie op een buitenlandse stageplek. De laatste jaren gingen er stages door in zowat alle continenten, maar ook in de buurlanden doen zich mooie opportuniteiten voor.

AUTEUR: LIES VERMEESCH

Twee bijzonderheden omtrent de stage Bestuurskunde en Publiek Management:

De eerste bijzonderheid in de opleiding Bestuurskunde en Publiek Management is dat elke stageopdracht een onderzoeker of lesgever van UGent toegewezen krijgt die fungeert als een tweede inhoudelijke begeleider, bovenop de mentor op de stageplaats. In overleg met deze laatste verfijnt hij/zij de voorgestelde opdracht, hij volgt vervolgens de voortgang van de stagiair en helpt hem bij inhoudelijke problemen, en hij zorgt tenslotte samen met de mentor voor de beoordeling van de prestatie van de stagiair tijdens een feedbacksessie aan onze faculteit. Deze interacties tussen de faculteit en organisaties vormen een wederzijdse win-win, leiden tot vruchtbare nieuwe contacten en informatie, en soms tot nieuwe sporen voor onderzoekspistes.

Een tweede bijzonderheid is dat studenten Bestuurskunde en Publiek Management moeten gaan kandideren bij drie organisaties, en dat omgekeerd elke prospectieve stageplaats drie studenten als kandidaat ontvangt. Dit laat enerzijds aan de studenten toe om de opdrachten en de organisaties beter in te schatten, en anderzijds aan de organisaties om hun voorkeur voor bepaalde studenten te laten blijken.



Nieuwe Engelstalige masteropleiding:

Economics

Economie is inherent een internationaal studiegebied, dus een Engelstalige Master 'Economics' aan de faculteit Economie en Bedrijfskunde kon niet langer uitblijven ... De nieuwe Engelstalige masteropleiding doet haar intrede in het academiejaar 2017-2018 en is een logisch gevolg van het Engels dat een grotere rol speelt in bedrijven én bovendien de lingua franca is van het wetenschappelijk onderzoek.

De master Economics zou niets dan voordelen hebben. We lijsten ze even op:

- Het komt de kwaliteit van het onderwijs ten goede.
- Het zal het potentieel studentenaantal verhogen.
- De opleiding krijgt een internationaal karakter en wordt aantrekkelijker voor studenten uit het buitenland.
- Ook buitenlandse (gast)professoren zullen sneller overwegen om les te komen geven aan de FEB.
- De faculteit krijgt een grotere, internationale naambekendheid.
- Het laat meer samenwerkingen toe met andere universiteiten, bv. double degrees.
- Het stooft jong talent klaar om wetenschappelijk onderzoek te doen in binnen- of buitenland.
- De arbeidsmarkt, waarin Engels vaak de voertaal is, wordt steeds internationaler. Werkgevers zijn vragende partij naar vlotte, Engelstalige krachten. Studenten worden beter voorbereid op dat internationaal werkveld. Afgestudeerden Economics onderscheiden zich bovendien door hun taalbeheersing bij sollicitatieprocedures.
- Professoren voelen de overschakeling amper, want al veel vakken werden in het Engels gedoceerd. De proffen in kwestie doen vaak aan wetenschappelijk onderzoek en zijn daarom het Engels goed machtig.

FEB

Faits Divers

De FEB op de European Company Sport Games 2017

Van 21 tot en met 24 juni 2017 vonden in en rond Gent de **European Company Sport Games 2017** plaats. Zo'n 5000 deelnemers uit 22 landen streden er in diverse sporten voor de medailles in hun leeftijdscategorie. Universiteit Gent eindigde op een mooie derde plaats in het algemene bedrijfsklassement. Ook een aantal FEB-collega's namen deel en behaalden medailles: **Geert Van der Stricht** (EB01, schaken: zilver), **Bram Van de Velde** (EB58, zwemmen: 1x goud, 5x zilver en 1x brons) en **Ignazio Ziano** (EB07, basket men open: brons).

Verder gaven ook **David Vos** (EB10, voetbal), **Jarno Stappers** (EB09, volleybal), **Willem Standaert** (EB07, basket), **Mirjam Knockaert** (EB09, badminton) en **Yves Fassin** (EB09, golf) het beste van zichzelf op deze 'Olympische Spelen' van de bedrieffsport. Alle resultaten en foto's zijn te bekijken op www.ecsgghent2017.be. Op sociale media worden de hashtags #ugent en #ecsg2017 gebruikt.

Telex

Op **8 juni** werden de **BIBF-prijzen voor eindverhandelingen m.b.t. accounting en fiscaliteit** uitgereikt. Het Instituut reikt jaarlijks drie prijzen uit aan afgestudeerde studenten van het economisch hoger onderwijs. Specialisten in het domein van de boekhouding en de fiscaliteit lezen elke eindverhandeling. Drie van onze studenten vielen in de prijzen. HW-studenten **Natacha Chenot** en **Els Matthys** wonnen de eerste prijs voor de titel 'Artikel 918 B.W. mogelijkheden en gevaren' (*Promotoren: Prof. dr. Bertel De Groote en Sarah Van Bree*) en TEW-student **Pieter De Corte** won de derde prijs met de titel 'Investeren in hybride wagens: economische en fiscale analyse' (*Promotor: Prof. dr. Patricia Everaert*).

Seppe Lybaert is tijdens de **UGent-sportkampioenenhuldiging** op **27 juni** gehuldigd als 'Sportverdienstelijk Personeelslid AJ 2016-2017' op basis van zijn sterke prestaties tijdens het Belgisch Kampioenschap Schaatsen. Seppe werd derde Belg op de 1500m en vijfde Belg op de 500m en 5000m tijdens dat BK.

De **Operations Research & Scheduling Research Group (OR&S)** van Prof. dr. **Mario Vanhoucke** sleepte maar liefst drie awards in de wacht. De eerste award was de 'PMI Belgium University Contest Award' voor de studentenpaper 'Baseline schedule and risk analysis: Exhibition stand at BISbeurs' door HIR-studenten **Olivier Van Raemdonck, Gauthier Dejonckheere, Bram Devlieghere, Maxim Pitteman** en **Laura Vanacker**. De Elsie Cropper Award for Best Paper op de 'Young OR Conference' in London werd gewonnen door **Jordy Batselier** (post-doc bij OR&S). De derde award is de 'Polaris consulting prize' die de onderzoekers van OR&S binnenhaalden: **Jordy Batselier, Jérôme Bridelance, Jeroen Burgelman, Annelies Martens, Tom Servranckx** en **Mick Van den Eeckhout**.

Activiteitenkalender

UNIVERSITEIT GENT

25 september 2017

Start Academiejaar

FEB - VOSEKO

28 september - 30 september 2017

Plechtige Proclamaties FEB

UNIVERSITEIT GENT

8 oktober 2017

Iedereen UGent: iedereenugent.be

**Wil u adverteren in
het Voseko magazine
en zo invloedrijke
alumni, bedrijven en
personeelsleden van de
faculteit bereiken?**

Mail

voor meer info naar
gregory.maes@ugent.be

Yes! Dat diploma is binnen. En nu?
Tja, da's meestal een moeilijke.
Maar één ding weet je zeker: je hebt
nood aan een uitdaging.



- **Commercieel** - Bepaal jij binnenkort hoe het er aan toegaat in onze winkels?
- **Logistiek** - Per dag 12.000 karren naar onze winkels sturen, zie je dat zitten?
- **Procesoptimalisatie** - Optimaliseer en verbeter de processen binnen Colruyt Group.
- **IT** - Luid samen met ons een nieuw digitaal tijdperk in.
- **Marketing & Communicatie** - Maak onze sterke merken ... nog sterker!
- **Financiën** - Stuur Colruyt Group in de juiste financiële richting.

De keuze is aan jou. Vliegen we er samen in? Je vindt alle vacatures voor starters op **startatcolruytgroup.be**