

Stage



Opleiding Master Handelswetenschappen

Handelswetenschappers zijn ondernemende duizendpoten met een open en brede blik op bedrijfsvoering. Een handelswetenschapper is ondernemend, heeft brede interesses en beschikt over goede soft skills zoals goed communiceren en samenwerken. Een handelswetenschapper kan je het best vergelijken met een speler-trainer: iemand die de lijnen uitzet, maar ook het veld opgaat om te doen.

In de masteropleiding focussen deze studenten, naast hun gekozen specialisatie¹, op drie hoofdthema's:

- **Value proposition management:**

De student leert business model design en transformaties begrijpen, met nadruk op trends en duurzaamheid. Hij/zij leert lean startup principes toepassen bij het ontwikkelen van businessmodellen voor startups en innovaties voor KMO's en creëert wenselijke businessmodellen die inspelen op klantbehoeften. De student begrijpt hoe klantgedrag, co-creatie en customer experience bijdragen aan waardecreatie en klantloyaliteit en analyseert consumentengedrag met tools zoals persona's en customer journey mapping.

- **Key resource management:**

De student leert de kernactiviteiten en -middelen van een duurzaam businessmodel begrijpen. Hij/zij leert inzicht verwerven in de afstemming van klantenvraag en beschikbare middelen binnen de supply chain en in de positie van het aankoopbeleid binnen bedrijfsprocessen. Ook het opzetten van distributienetwerken, met focus op logistiek in stedelijke omgevingen en e-commerce komt aan bod. Daarnaast leert de student financiële prestatie monitoring toepassen voor startups en KMO's via KPI's op basis van de bedrijfsstrategie en het opvolgen van prestaties met innovatieve maatstaven en financiële data.

- **Sustainable business experimentation:**

De student ontwikkelt ondernemende vaardigheden om duurzame oplossingen uit te werken, met focus op maatschappelijke uitdagingen. Hij/zij leert ideeën rond deze maatschappelijke uitdagingen te genereren en te testen via klantfeedback. De student leert verschillende vormen van prototyping gebruiken om ideeën vorm te geven en bij te sturen. Tot slot leert de student middelen, activiteiten en financiële haalbaarheid van het businessmodel in kaart brengen voor duurzame en innovatieve oplossingen.

¹ De studenten Handelswetenschappen kunnen kiezen tussen [12 specialisaties](#). Laat deze specialisaties een inspiratie vormen voor mogelijke managementvraagstukken.

De stage

In hun masterjaar krijgen studenten de kans om gedurende **30 dagen** te proeven van het toekomstige beroepsleven in een bedrijf of (overheids)organisatie. In deze stage, die gespreid kan worden over het tweede semester (februari – mei/juni), gaan ze aan de slag met een reëel bedrijfseconomisch **managementvraagstuk** dat door het bedrijf vooraf gedefinieerd werd. De meeste studenten doen 2 à 3 dagen stage per week. Hierdoor is de begeleidingsintensiteit voor de bedrijfsmentor niet heel hoog en hebben de studenten de tijd om nog les te volgen en aan hun masterproef te werken. Als resultaat zal de student een onderbouwd managementadviesrapport opleveren. Na de stage komen de 3 partijen samen voor de eindpresentatie van de student, die plaatsvindt op onze (nieuwe) campus in Hasselt.

Wat mag u verwachten van de student en UHasselt?

- UHasselt wijst de stageprojecten toe aan de studenten op basis van hun keuze en motivatie. Voor elke student Handelswetenschappen is een stage een verplicht onderdeel van het curriculum. Dit wil zeggen dat we elk jaar meer dan 100 kwalitatieve stageplaatsen nodig hebben.
- Indien uw project toegewezen wordt aan een student, mag u ervan uitgaan dat de kandidaat stagiair beschikt over de nodige theoretische vaardigheden voor het specifieke project;
- Na een positief kennismakingsgesprek loopt de student een stage van 30 werkdagen. De stage kan verspreid worden over het tweede semester. De concrete planning gebeurt in onderling overleg tussen student en stagebedrijf. Meestal loopt de student 2 à 3 dagen per week stage;
- De UHasselt-begeleider volgt de stage op. De concrete manier waarop dit gebeurt, wordt in overleg met de bedrijfspromotor en de student bepaald.
- De UHasselt-begeleider zal de stage evalueren op basis van het managementadviesrapport en de reflecties van de student, maar gebruikt hier de ingevulde beoordeling van de bedrijfsmentor en de eindpresentatie.

Wat wordt van het bedrijf verwacht?

Het bedrijf zal vooraf een duidelijk afgelijnd **managementvraagstuk formuleren** als onderwerp van de stage. Dit stagevoorstel geeft een korte beschrijving van de probleemstelling of de onderzoeksvragen die getracht beantwoord zullen worden door het onderzoek van de student. Er dient eveneens een bedrijfspromotor voorgesteld te worden, samen met het departement waar de student zijn/haar stage zal uitvoeren. De bedrijfspromotor verbindt zich tot het **begeleiden van en feedback geven aan de student**, om op die manier te komen tot een resultaat dat voor het bedrijf en de student waardevol is. Buiten de tijd die vrijgemaakt moet worden voor begeleiding en feedback van de student, is het werk van de student voor het bedrijf volledig kosteloos.

In functie van een optimale leerervaring voor de student, hanteren wij enkele voorwaarden voor stagebedrijven:

- De stagebegeleider beschikt over minstens 2 jaar relevante werkervaring
- Eenmanszaken komen niet in aanmerking omdat we het samenwerken met andere collega's willen stimuleren.

Stageproces

In onderstaande tabel kan u de timing vinden die vooraf gaat aan de stage.

Wie	Fase	Uiterste datum
Bedrijf	Indienen projectvoorstellen	Eind september
UHasselt	Verzameling projectvoorstellen, inhoudelijke screening en beschikbaar stellen aan studenten	Oktober/november
Student	Motivatatie indienen voor project(en) naar keuze	Half november
UHasselt	Toewijzing stageprojecten	Begin december
Student	Kennismakingsgesprek met bedrijfspromotor van toegewezen bedrijf	31 januari
Bedrijf Student UHasselt	Opstartgesprek	Voor aanvang stage

Voorbeelden van stageprojecten

- Verhogen van impulsaankopen door aan de slag te gaan met winkelinrichting
- Optimalisatie van de eigen logistieke capaciteit ten opzichte van het uitbesteden van logistieke activiteiten
- Voorspellen en onder controle houden van de liquiditeitspositie van een startend of sterk groeiend bedrijf
- Ontwerp van een digitaal platform met vragen en antwoorden voor startende ondernemers
- In kaart brengen van het salesproces en identificatie van verbeterpunten
- Kostprijsanalyse van producten en diensten (inclusief indirecte kosten)
- Hoe kunnen we nieuwe B2B-klanten aantrekken via digitale kanalen?
- Onboarding-optimalisatie
- In kaart brengen en optimaliseren van customer experience
- Verbetering van inzicht en besluitvorming rond kasstroombeheer binnen KMO's
- Wat is de essentiële inrichting voor een opstart van een portfolio office in een groeiend retail bedrijf?
- Hoe verhogen we klanttevredenheid bij key accounts?
- Wat is de impact van nieuwe wetgeving op de accountancy en tax praktijk?
- Hoe kosten besparen op ad hoc transporten?
- Impact van AI op het financieel audit proces
- Het versterken van fiscale controleprocedures bij invoer
- Waar openen we het best een nieuw filiaal?