

Vak: Uitvoering Marktonderzoek-Action Learning

credits: 4

Vakcode	CELB15ALO9
Naam	Uitvoering Marktonderzoek-Action Learning
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	4
Taal	Nederlands
Coördinator	H.J. Pijbes

Werkvormen	Action learning Werkcollege
Toetsen	Uitvoering Marktonderzoek-AL - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- **KOERS BEPALEN;** De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.
- **WAARDE CREËREN ;** De CE'er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.
- **BUSINESS DEVELOPMENT;** De CE'er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.
- **REALISEREN;** De CE'er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiële stakeholders. De CE'er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.

21st-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student:

- kan een kwantitatief marktonderzoek uitvoeren;
- kan de uitkomsten van een marktonderzoek goed interpreteren;
- kan op de juiste wijze verslag doen van de uitkomsten.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

Op basis van het onderzoeksplan dat gemaakt is in blok 7 zal een kwantitatief, toetsend marktonderzoek worden uitgevoerd. De verkregen data worden verwerkt met behulp van SPSS. De onderzoeksresultaten worden gepresenteerd in een onderzoeksrapport.

De toetseenheid "Uitvoering Marktonderzoek AL" wordt beoordeeld aan de hand van een door de studenten opgesteld onderzoeksrapport dat in ieder geval de volgende elementen bevat:

1. Management samenvatting
2. Doelstelling, probleemstelling en deelvragen
3. Een tweetal toetsbare hypothesen
4. Methode van onderzoek
5. Weergave van de belangrijkste onderzoeksresultaten
6. Toetsing van de representativiteit van de steekproef
7. Toetsingen van de hypothesen + interpretatie van de uitkomsten
8. Conclusies
9. Aanbevelingen
10. Bijlagen met daarin tenminste:

- Vragenlijst
- uitwerkingen van de resultaten van alle enquetevragen (gebruik van SPSS is verplicht)

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op de blackboard site van CE-du of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal Bachelor

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management

