

Vak: Eindopdracht Marktonderzoek

credits: 10

Vakcode	CEMB19EMO	Werkvormen	Action learning
Naam	Eindopdracht Marktonderzoek	Toetsen	Eindopdracht Marktonderzoek - Overige toetsing
Studiejaar	2020-2021		
ECTS credits	10		
Taal	Nederlands		
Coördinator	E. Vogelzang		

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:

- voert een diepgaande analyse uit van een praktijkprobleem voor een externe opdrachtgever;
- stelt naar aanleiding van de probleemanalyse een centrale vraag op;
- formuleert onderzoeksvragen ter beantwoording van de centrale vraag;
- kan een conceptueel model opstellen inclusief theoretisch kader;
- maakt een goed onderbouwde keuze voor het uit te voeren onderzoek ter beantwoording van de onderzoeksvragen;
- kiest passende bronnen voor deskresearch;
- maakt een bij het onderzoek passende vragenlijst;
- kiest de respondenten op een goede manier en besteedt aandacht aan de representativiteit;
- kiest de bij het onderzoek best passende methode of techniek;

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

De praktijkopdracht van deze module bestaat uit het maken van een onderzoeksopzet en het vervolgens uitvoeren van een marktonderzoek.

Bij de opdracht maakt u gebruik van de kennis die u opdoet in de colleges marktonderzoek en in de bij de praktijkopdracht behorende ondersteunende bijeenkomsten.

Gedurende week 1 t/m 6 maakt u een onderzoeksopzet van een marktonderzoek voor de onderneming waar u werkt. In week 7 presenteert u uw onderzoeksopzet middels een infographic en een korte pitch.

De onderzoeksopzet wordt beoordeeld met een cijfer. Dit cijfer telt voor 50% mee in het eindcijfer van het project en moet minimaal een 5,5 zijn.

De onderzoeksresultaten worden gerapporteerd in een verslag en gepresenteerd middels een posterpresentatie. Dit wordt beoordeeld met een cijfer. Dit cijfer telt ook voor 50% mee in het eindcijfer en moet minimaal een 5,5 zijn.

Er wordt gebruik gemaakt van de onderzoekstool die hoort bij het boek "Wat is onderzoek?" van Nel Verhoeven.

Studiemateriaal:

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

- kan zelfstandig de bij de analyse van data benodigde statistische bewerkingen kiezen en uitvoeren;
- kan interviews categoriseren m.b.v. een kruistabel;
- besteedt in de rapportage goed en volledig aandacht aan betrouwbaarheid, validiteit en nauwkeurigheid van de resultaten;
- rapporteert de onderzoeksresultaten zo dat de opdrachtgever alle benodigde informatie krijgt;
- presenteert de resultaten, conclusies en aanbevelingen en advies voor vervolgonderzoek op heldere wijze;
- onderbouwt eventuele afwijkingen van de onderzoeksopzet en besteedt aandacht aan consequenties van die afwijkingen.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd Bachelor

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.