

Vak: Externe analyse

credits: 3

Vakcode	CELP20EXA	Werkvormen	Individueel
Naam	Externe analyse	Toetsen	Externe analyse - Schriftelijk, organisatie ToetsCentrum
Studiejaar	2023-2024		
ECTS credits	3		
Taal	Nederlands		
Coördinator	W.H.T. Uitslag		

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 markt afbakenen waarop de organisatie actief is
- de drie verschillende niveaus van de marketingomgeving (micro, meso, macro) herkennen
- een (externe) analyse maken van de meso- en macro-omgeving
- de omgevingniveaus meso en macro plaatsen in de context van de trend naar duurzaamheid en meer internationalisering
- concurrenten identificeren en hun sterkten en zwakten benoemen
- krachtenveldanalyse (Porter) van de spelers op de markt
- op zinvolle wijze product/markt combinaties aangeven, klantsegmenten identificeren en klantbehoeften aangeven
- uitleggen hoe bedrijven doelgroepen kiezen en hoe zij hun marktwerkingsstrategie formuleren
- uitleggen hoe bedrijven hun producten en merken kunnen positioneren om een concurrentievoordeel op de markt te

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

Hoe ziet de externe omgeving van een organisatie eruit? Wat zijn de kenmerken van markten? Hoe beïnvloeden de DESTEP-factoren (macro-omgeving) het bedrijfsbeleid? Wie is de concurrentie en wie zijn de concurrenten? Welke 5 krachten van Porter beïnvloeden de marktaantrekkelijkheid? Welke rol speelt de meso-omgeving (afnemers, leveranciers, belangengroepen, vermogensverschaffers) in de markt?

Tot welke kansen en bedreigingen leiden dit voor alle organisaties in deze markt/bedrijfstak/branche?

Studiemateriaal:

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

kunnen behalen

- relevante externe invloeden op de markt benoemen, deze zo veel mogelijk kwantificeren en de invloed op een bedrijf aangeven en waar mogelijk kwantificeren

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

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.