

Vak: Domein Onderzoek 6

credits: 5

Vakcode	CEVB23MCMONZ6
Naam	Domein Onderzoek 6
Studiejaar	2023-2024
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	T.J. Fischer

Werkvormen	Opdracht
Toetsen	Marketingcommunicatie 6 / customer journey mapping - Overige toetsing Onderzoek 6 / webanalytics - Computer, organisatie ToetsCentrum

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 Webanalytics:

Dit vak zal in studiejaar 2023-2024 nog verder ontwikkeld worden doordat de nieuwe versie van Google Analytics, GA4, gebruikt gaat worden tijdens de lessen. De voorlopige leeruitkomsten zijn:

- De student legt zelfstandig begrippen uit die gebruikt worden in het bedrijfsleven met betrekking tot online marketing door middel van de tool Google Analytics en literatuur die aangegeven staan in de studiehandleiding.
- De student voert zelfstandig digitale analyses uit op basis van de gegevens van de Google Merchandise store aan de hand van de tool Google Analytics. Vervolgens analyseert de student de huidige situatie (t.a.v. doelgroep, acquisitiekanaal, gedrag op de website en conversies) aan de hand van de behandelde literatuur tijdens de colleges.

Inhoud

Niveau:

Inleidend/Verdiepend

Inhoud Webanalytics:

De kern van dit studieonderdeel is studenten bekend maken met de werking van digital analytics en het benutten van de kracht van data gedreven marketing. Met gebruikmaken van het Analytics account van de Google Merchandise Store maken de studenten kennis met de diverse functionaliteiten en beschikbare data binnen een analysetool. Voor diepere inzichten in het gebruik van data en de relevantie daarvan worden diverse hoofdstukken uit het basisboek Digital Analytics behandeld. Uiteindelijk biedt de geboden stof voldoende basis voor het behalen van het certificaat Google Analytics voor Beginners. Er volgt een digitaal Multiple Choice (MC) tentamen. De vragen worden gesteld op basis van het studiemateriaal.

Inhoud Customer journey mapping:

Er zijn veel manieren waarop een klant met je organisatie in aanraking kan komen. Denk aan advertenties, de website, sociale media, nieuwsbrieven of medewerkers: allemaal contactpunten ('touchpoints') waar dingen goed of fout kunnen gaan. Als bedrijf wil je inzicht in krijgen in de klantreis en deze positief beïnvloeden, zodat de communicatie met de klant en klantloyaliteit kan worden vergroot. Met 'customer journey mapping' breng je deze contactmomenten in kaart. Je visualiseert de klantreis op basis van onderzoek en analyseert waar verbeteringen in communicatie en klantbeleving te realiseren zijn. Daarnaast breng je ook de kenmerken, behoeftes, gedrag en waarden van de klant zelf in kaart met behulp van persona's. Hiervoor gebruik je een kwalitatief onderzoek, aangevuld met ander onderzoek zoals deskresearch. Dit doe je allemaal voor een opdrachtgever uit de regio die ook graag advies wil over verbetering van zijn of haar contentmarketing (zie domein Marketing). Aan het einde lever je met je groep een beroepsproduct op in de vorm van een customer-journeyrapportage en logboek.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: hanze.nl/CE of de blackboard course.

- De student legt uit op welk gebied (websiteverkeer, gedrag op de website, aanspreken van de doelgroep, doelen van organisatie) de website van de Merchandise Store verbeterd kan worden aan de hand van twee theorieën die behandeld zijn in de literatuur gerelateerd aan consumentengedrag. De student licht dit tijdens een tentamen toe aan de hand van een voorbeeld uit de praktijk en gegevens vanuit Google Analytics Merchandise store.

Leeruitkomsten Customer journey mapping:

- Kan op basis van een gesprek met een opdrachtgever of andere relevante informatie een duidelijke scope en doelen bepalen voor een opdracht;
- Kan passende onderzoeksinstrumenten bepalen en ontwikkelen;
- Kan relevante klantinzichten vergaren, analyseren en overzichtelijk en aantrekkelijk visualiseren in een persona en customer journey map;
- Kan analyseren welke touchpoints in een klantreis relevant zijn voor verbetering van de klantbeleving;
- Kan oplossingen voor problemen of uitdagingen in de klantreis uitwerken en beargumenteren waarom deze oplossingen relevant zijn voor de klantbeleving;
- Kan professioneel handelen en bijdragen aan het gezamenlijke resultaat door een (pro)actieve houding te tonen, bij te blijven op het gebied van vakken en goed samen te werken.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)

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.