

Vak: Domein Onderzoek 9

credits: 5

Vakcode	CEVB23ONZ9	Werkvormen	Opdracht
Naam	Domein Onderzoek 9	Toetsen	Onderzoek 9 / kwalitatief onderzoek - Computer, organisatie ToetsCentrum
Studiejaar	2023-2024		Project 9 / het onderzoek - Overige toetsing
ECTS credits	5		
Taal	Nederlands		
Coördinator	T.J. Fischer		

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:

Kwalitatief onderzoek/onderzoeksproject

De student kan:

1. m.b.v. een plan van aanpak een organisatie met een geschikt marketingvraagstuk acquireren als opdrachtgever;
2. de opdrachtgevende organisatie en het marketingvraagstuk, inclusief de afbakening ervan, beschrijven en een managementvraag formuleren;
3. het onderzoek afbakenen en een centrale vraag en deelvragen formuleren;
4. één of meer modellen toepassen voor de beantwoording van alle deelvragen;
5. een onderzoekmodel maken;
6. secundair onderzoek uitvoeren en met de resultaten daarvan deel- en/of onderzoeksvragen beantwoorden;
7. een instrumentarium maken voor primair onderzoek;

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud

Inhoud Project 9

In blok 9 ga je als projectgroep aan de gang met het eerste deel van het blok overstijgende project van blok 9 en 10. Waar je in blok 9 ophoudt, daar ga je in blok 10 mee verder. Het totale project van blok 9 en 10 is qua opzet en inhoud grotendeels vergelijkbaar met de afstudeeropdracht (AO) in jaar 4. De twee grote verschillen zijn dat je het project in blok 9 en 10 met een projectgroep uitvoert (de AO is individueel) en dat er bij het afstuderen nog meer variatie is in de keuze uit marketingvraagstukken die spelen bij een opdrachtgever. Overeenkomsten zijn dat er een externe opdrachtgever moet zijn met een concreet en complex marketingvraagstuk, het vooraf maken van een onderzoeksopzet (OO), het doen van primair en secundair onderzoek dat leidt tot conclusies en op basis van deze conclusies een marketinganalyse uitvoeren die leidt tot een marketingadvies en het advies presenteren aan de opdrachtgever. In blok 9 zal het project gaan over het maken van een plan van aanpak (PvA), het acquireren van een opdrachtgever met een geschikt marketingvraagstuk, het schrijven van een OO, het maken van het volledig uitgewerkte instrumentarium voor het primaire onderzoek (het doen van primair onderzoek zelf gebeurt in blok 10) en het uitvoeren van (zover als mogelijk) deskresearch, ter beantwoording van één of meerdere deel- en/of onderzoeksvragen. In het onderzoeksdeel zal voor wat betreft het vraagstuk van de opdrachtgever expliciet aandacht besteed moeten worden aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Dit dient te gebeuren zowel vanuit de klant (is hier behoefte aan), de opdrachtgever en de concurrentie (de huidige invulling op dit gebied).

Studiemateriaal:

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

8. kritisch reflecteren op zowel eigen gedrag en prestaties als die van de groepsleden en dit specifiek helder en volledig kunnen verwoorden en daarvan leren door het tonen van professioneel gedrag

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Sales Management
Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)
Commerciële Economie Major Digital Marketing (DIM)

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.