

Vak: Domein Onderzoek 2

credits: 5

Vakcode	CEVP21ONZ2	Werkvormen	Opdracht
Naam	Domein Onderzoek 2	Toetsen	BCN 2 / argumenteren - Overige toetsing
Studiejaar	2023-2024		Onderzoek 2 / fieldresearch - Computer,
ECTS credits	5		organisatie ToetsCentrum
Taal	Nederlands		Project / interne omgeving - Overige toetsing
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:

Fieldresearch:

Onderzoeksmethode kunnen omschrijven in termen van soort onderzoek (beschrijvend, explorerend en toetsend), desk- en fieldresearch, kwantitatief en kwalitatief onderzoek.

1. Kennis en begrip van betrouwbaarheid en validiteit.
2. Kunnen verantwoorden wanneer deskresearch, enquêtes, groepsdiscussie, diepte-interviews, observaties en casestudy worden toegepast en daarbij de voor en nadelen benoemen.
3. Kunnen opstellen van variabelen en deze kunnen operationaliseren naar meetinstrumenten.
4. Verantwoorden van het opzetten en uitvoeren van een interview.
5. Interviews kunnen transcriberen en verwerken tot zinvolle informatie.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud

Bedrijven en instellingen voeren steeds meer onderzoek uit om maar zo min mogelijk aan het toeval over te laten. Onderzoek is niet meer weg te denken bij het funderen van marketingbeslissingen.

Fieldresearch voer je uit als er geen bestaande gegevens beschikbaar zijn om je onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet:

Hanze.nl/CE of de blackboard course

Argumenteren:

Door het behalen van deze leeruitkomst is de student in staat om op een effectieve en overtuigende manier te argumenteren binnen de context van commerciële economie. De student kan standpunten onderbouwen, tegenargumenten weerleggen en constructieve bijdragen leveren aan discussies en besluitvormingsprocessen. Deze vaardigheden stellen de student in staat om effectief te communiceren, anderen te beïnvloeden en succesvol te zijn in professionele omgevingen waar overtuigingskracht en argumentatievaardigheden van belang zijn.

Project:

Door het behalen van deze leeruitkomst is de student in staat om de interne omgeving van een marketingorganisatie te analyseren, beoordelen en optimaliseren. De student kan relevante informatie verzamelen, kritisch denken toepassen en strategische aanbevelingen formuleren om de marketingactiviteiten en prestaties van de organisatie te verbeteren. Deze vaardigheden stellen de student in staat om waardevolle bijdragen te leveren aan organisaties op het gebied van marketingmanagement en het realiseren van bedrijfsdoelstellingen.

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.