Vak: Domein Onderzoek 10 — credits: 5

Vakcode	CEVB23ONZ10
Naam	Domein Onderzoek 10
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	T.J. Fischer
Werkvormen	Opdracht
Toetsen	Onderzoek 10 / analyse en advies - Overige toetsing Onderzoek 10 / kwantitatief onderzoek - 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 potentiele 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:

Project - Analyse & Advies:

De student kan:

1. primair en secundair onderzoek uitvoeren;
2. aan de hand van de verzamelde gegevens van de afgebakende interne en externe omgeving een marketinganalyse maken van de huidige situatie van de organisatie;
3. voor een onderneming een marketingadvies formuleren en de gemaakte keuzes onderbouwen met gegevens uit het primair en secundair onderzoek en de marketinganalyse;
4. voor een onderneming het marketingadvies toetsen op consistentie met de context en de interne haalbaarheid;
5. het marketingadvies mondeling presenteren en verdedigen aan de directie of management van een onderneming;
6. kritisch reflecteren op zowel eigen gedrag en prestaties als die van de groepsleden en dit specifiek helder en volledig kunnen

Inhoud

Niveau:

Vervolg van blok10

Inhoud

Kwantitatief onderzoek & project - Analyse & Advies:

In het studieonderdeel Project 10 staat de vertaling van de theorie naar de praktijk van het marketingplanningsproces centraal. Je adviseert een opdrachtgever over zijn marketingbeleid. Bij het uitvoeren van de opdracht gebruik je de resultaten van Project 9 uit het vorige blok. Dit betrof het plan van aanpak (PvA) voor het werven van een opdrachtgever, de onderzoeksopzet (OO), het instrumentarium (vragenlijsten, enz.) en de resultaten van de deskresearch. In Project 10 dient dan nog het primaire onderzoek te worden uitgevoerd, de conclusie van het hele onderzoek te worden beschreven, de marketinganalyse te worden uitgevoerd en tenslotte het marketingadvies te worden geformuleerd, inclusief de onderbouwing van het marketingadvies. In Marketingplanning Keuzes (MPK) van blok 10 gaan we dieper in op het maken van marketinganalyses en marketing gerelateerde keuzes, inclusief de daarbij behorende modellen. Deze stap hebben we nodig om de opdrachtgever uiteindelijk een goed onderbouwd marketingadvies te geven. Project 10 eindigt met een competitie voor het beste onderbouwde marketingadvies van alle derde jaars projectgroepen in één schooljaar. Deze competitie is alleen voor die studenten die blok 9 en 10 in periode 1 en 2 volgen.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet of Brightspace.

verwoorden en daarvan leren door het tonen van professioneel gedrag

Kwantitatief onderzoek:
Na dit studieonderdeel kan de student:
- Onderzoeksdesigns onderscheiden;
- De waarde en mogelijkheden van Big Data inschatten;
- De mogelijkheden en beperkingen van neuro-onderzoek aangeven;
- Kritisch nadenken over de ethische aspecten van je onderzoek;
- Diverse geavanceerde statistische technieken toepassen m.b.v. SPSS

Opgenomen in opleiding(en)

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

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.