Vak: Domein Onderzoek 4 credits: 5

Vakcode	CEVP23DIMONZ4
Naam	Domein Onderzoek 4
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	T.J. Fischer

Werkvormen	Opdracht
Toetsen	BCN 4 / beurscommunicatie - Overige toetsing Onderzoek 4 / kwantitatieve analyse van de data - Computer, organisatie ToetsCentrum Onderzoek 4 / mystery shopping - Overige toetsing

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:

Fieldresearch:

1. Onderzoeksmethode kunnen omschrijven in termen van soort onderzoek, kwantitatief en kwalitatief onderzoek.
2. Kennis en begrip van conceptueel model en dit kunnen tekenen.
3. Kennis van verschillende steekproeven, kunnen berekenen van benodigde steekproefomvang.
4. Kunnen opstellen van variabelen en deze kunnen operationaliseren naar meetinstrumenten kwantitatief.
5. Kwantitatieve data met eenvoudige beschrijvende statistiek kunnen analyseren.
6. Kunnen rapporteren en presenteren van onderzoek.

Inhoud

Niveau:
Inleidend

Inhoud
Fieldresearch: Bedrijven en instellingen voeren steeds meer onderzoek uit om zo min mogelijk aan het toeval over te laten. Onderzoek is niet meer weg te denken bij het maken van marketingbeslissingen. Fieldresearch voer je uit als er geen bestaande gegevens beschikbaar zijn om je onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden. In blok2 heeft de nadruk gelegen op kwalitatief onderzoek, in dit blok ligt de nadruk op kwantitatief onderzoek.

Beurscommunicatie
Verleiden met woorden, onweerstaanbare teksten, sturen op een click. Goede marketeers hebben het vermogen zich in te leven in hun doelgroep. Ze weten wat hun klant denkt, beweegt en bezighoudt. Met hun aanbod sluiten ze daarop naadloos aan. Bij Bedrijfscommunicatie Nederlands in blok 4 leer je de principes van het wervend en overtuigend schrijven, gericht op jouw doelgroep en passend bij het gekozen medium. Je oefent met verschillende promotionele teksten. Alle vijf schrijfopdrachten dragen bij aan het vermarkten van jouw product of dienst in het project.

Mystery shopping:
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. Dit onderdeel gaat over mysteryshopping, een vorm van participerende observatie.

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

BCN4 - Beurscommunicatie:

- overtuigend en doelgroepgerichte commerciële, promotionele teksten schrijven;
- aansturen op een click met de lezersdoelgroepen;
- de commerciële, promotionele teksten inzetten om de doelgroep te verleiden.

De student kent:

- de principes van overtuigend en doelgroepgericht schrijven;
- de belangrijkste elementen van: informatieve uitnodigings-e-mail, slogans, socialmediabericht, Q&A, persbericht en -bonusopdracht - poster.

Mystery shopping:

1. Kennis hebben over mysteryshopping, wat het is en voor welke onderzoeksvragen het geschikt is.
2. Kunnen maken van een observatieformulier ten behoeve van mysteryshopping.
3. Kunnen uitvoeren van een mysteryshopping observatie.
4. Kunnen interpreteren van de uitkomsten van mysteryshopping.
5. Kunnen rapporteren van uitkomsten van mysteryshopping.

Opgenomen in opleiding(en)

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.