Vak: Overall Opdracht — credits: 7

Vakcode	MRDP6OOM3
Naam	Overall Opdracht
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	7
Taal	Nederlands
Coördinator	A. Kellij
Werkvormen	Opdracht
Toetsen	TOETS-01 - Opdracht

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten vakinhoud Strategie
LU 1 (PLU1): Een analyse uitvoeren van:
a. de (relevante) macro-omgeving van de organisatie
b. de (relevante) meso-omgeving van de organisatie i.e. markt, bedrijfstak concurrentie, doelgroep
c. de (relevante) interne omgeving van de organisatie
LU 2 (PLU4): Een strategische groeirichting voor de organisatie bepalen door:
a. het benoemen van de sterke en zwakke kanten van de organisatie
b. het benoemen van mogelijke kansen en bedreigingen in de omgeving van de organisatie
c. het opstellen van een SWOT-schema
d. het benoemen van het centrale organisatieprobleem
e. het adviseren van een strategische groeirichting in termen van markten, doelgroepen, producten, diensten
f. het operationaliseren van de groeirichting in een marketingadvies

Leeruitkomsten vakinhoud Algemene Economie

LU 1 (PLU4): het analyseren van de concurrentie in een bedrijfstak
LU 2 (PLU4): het benoemen van (relevante) trends m.b.t. consumptie, de overheidsbestedingen, de investeringen en de export en import
LU 3 (PLU4): Het analyseren van (relevante) ontwikkelingen op het gebied van conjunctuur en de inflatie
LU 4 (PLU4): Het analyseren van (relevant) overheidsbeleid inzake de conjunctuur

Leeruitkomsten vakinhoud Marketing

LU 1 (PLU4): het benoemen en analyseren van de huidige marketingstrategie van de organisatie in termen van segmenten, doelgroep, positionering en 4P's
LU 2 (PLU4): het adviseren van de gewenste marketingstrategie van de organisatie in termen van segmenten, doelgroep, positionering en 4P's
a. het kiezen van relevante segmentatiecriteria
b. het kiezen van relevante doelgroepen aansluitend op relevante ondernemingsdoelstellingen
c. het adviseren betreffende de positionering van organisatie (eo product eo merk)
d. het adviseren van de juiste productstrategie en bijpassende innovaties
e. het adviseren van de juiste distributiestrategie
f. het adviseren van de juiste prijsstrategie
g. het adviseren van de juiste communicatiestrategie (promotie, inclusief online)

Leeruitkomsten vakinhoud Kwantitatieve Technieken

LU 1 (PLU2): Het adequaat uitvoeren van kwantitatieve dataverzamelingsmethoden en analyseren van de data t.b.v. een doelgroeponderzoek.
a. opstellen en afnemen van een enquête
b. maken van relevante grafieken
c. bepalen en uitrekenen van centrummaten en spreidingsmaten

Inhoud

Iedere organisatie worstelt met haar continuïteitsvraagstuk. Een organisatie is veelal ontstaan als "antwoord" op een maatschappelijk vraagstuk of een maatschappelijke behoefte. Daarmee is ook direct aangetoond dat de dynamiek van de organisatieomgeving invloed heeft op het functioneren van de organisatie. De organisatie zal dan ook constant haar omgeving moeten monitoren. Op basis van het monitoren van de omgeving zal zij haar strategie aan moeten passen. Dit hele proces noemen we strategisch management.

De vakgebieden die in deze module aan bod komen zijn: strategie, algemene economie, recht, managementinformatiesystemen (MIS), kwantitatieve technieken, bedrijfseconomie, marketing, ethiek, presenteren en PO.

De **Overall Opdracht (OO)** heeft als doel om voor je eigen organisatie een strategisch advies uit te brengen op basis van een gedegen omgevings- en MVO-analyse

Het beroepsproduct dat de student oplevert is een strategisch adviesrapport. Hij werkt volgens het volgende stappenplan een strategisch advies uit

De student:
- analyseert de macro-omgeving (DESTEP, maar met extra aandacht voor economie) van de organisatie
- analyseert de markt, de bedrijfstak en de concurrentie
- voert een (beperkte) analyse van de interne organisatie uit. Dit betekent dat hij de interne analyse afbakent tot die onderdelen die relevant zijn voor een extern (op een doelgroep/markt) gerichte strategie (dus nadruk op harde kant)
- voert een SWOT-Analyse uit en benoemt het centrale probleem
- voert een MVO-analyse uit
- kiest en beargumenteert de strategische groeirichting
- werkt de marketingmix uit voor de gekozen richting
- benoemt de relevante juridische aspecten bij zowel de analyse als in zijn advies

Voor de specialistische opdracht werkt de student een Balanced Score Card uit waarin het bedrijf waar hij werkt gemonitord wordt op een aantal cruciale KPI's. Het gaat hierbij om de cruciale KPI's die noodzakelijk zijn voor datgene waarop de bedrijfsdoelstellingen voor dit jaar op gebaseerd zijn.

De student vormt met vier andere studenten een vaste leergroep. De leergroep krijgt door de opleiding een zogenaamde leercoach toegewezen. De taakopdrachten, die individueel worden gemaakt, worden door één medestudent uit de leergroep van feedback voorzien. De student bereidt elke lesdag voor aan de hand van de voorgeschreven literatuur en een taakopdracht. Aan de hand van de taakopdrachten wisselt hij tijdens de lesdagen zijn bevindingen uit met zijn leergroep en reflecteert hij op zijn rol van bedrijfskundig professional. In zijn portfolio neemt hij de uitwerking van de taakopdrachten, zijn reflecties en de feedback van de medestudent van zijn leergroep op in zijn gemaakte werk.

d. berekenen van steekproefgrootheden
e. maken van schattingen van gemiddelden en fracties

LU 2 (PLU2): Het verantwoord verwerken, beheren en bewerken van kwantitatieve gegevens in SPSS en van daaruit de resultaten importeren in MS-Word.
a. maken en bewerken frequentietabellen m.b.t. 1 variabele en het kiezen, maken en bewerken van een geschikte grafiek op grond van de kenmerken van de variabele
b. bewerken van een dataset door klasseindelingen te bepalen en groepen respondenten te selecteren.
c. definiëren en bewerken multiple respons in een onderzoek
d. maken en interpreteren kruistabellen van 2 nominale of ordinale variabelen met een Chi-kwadraattoets.

PLU's:

PLU1: De BKM'er identificeert organisatievraagstukken, analyseert, ontwerpt, implementeert en evalueert bedrijfsprocessen, verbetert en vernieuwt deze processen door oplossingen voor problemen aan te dragen en hanteert bij al deze activiteiten een integrale, ethische en maatschappelijk verantwoorde aanpak.
PLU2: De BKM'er maakt gebruik van gangbare methoden en technieken van praktijkgericht onderzoek, verantwoordt de eigen handelswijze en resultaten op een bedrijfskundig relevante en adequate manier aan de interne en externe stakeholders van de organisatie en relateert deze aan de doelstellingen van de organisatie.
PLU3: De BKM'er identificeert en analyseert (mogelijke) strategische, operationele, juridische en financiële risico's van een organisatie, ontwerpt en implementeert maatregelen om deze risico's te beheersen en evalueert deze maatregelen op hun effectiviteit voor de organisatie.
PLU4: De BKM'er identificeert en analyseert (internationale) ontwikkelingen in de omgeving van een organisatie die van invloed (kunnen) zijn op het functioneren van de organisatie en vertaalt deze naar de organisatie met besef van maatschappelijke verantwoordelijkheid.
PLU5: De BKM'er adviseert vanuit een ondernemende en creatieve houding strategische alternatieven en innovatieve oplossingen voor problemen van organisaties ter verbetering en vernieuwing van hun bedrijfsprocessen.
PLU8: De BKM'er neemt initiatief, toont persoonlijk leiderschap en ethisch besef in het professioneel handelen en ontwikkelt en onderhoudt een professioneel netwerk.
PLU10: De BKM'er communiceert effectief in het Nederlands en Engels, zowel schriftelijk als mondeling, met professionals vanuit verschillende disciplines en achtergronden.

Opgenomen in opleiding(en)

Bedrijfskunde

School(s)

Instituut voor Bedrijfskunde

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.