

Vak: Marktonderzoek

credits: 3

Vakcode	CELB16MOZ
Naam	Marktonderzoek
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	3
Taal	Nederlands
Coördinator	R.H. Peek

Werkvormen	Hoorcollege Werkcollege
Toetsen	Marktonderzoek - Schriftelijk, organisatie tentamenbureau

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:

De student kan:

- een onderzoek ten behoeve van de marketingfunctie zelf opzetten, uitvoeren en interpreteren;
- de uitkomsten vertalen naar concrete aanbevelingen voor de marketingfunctie;
- alle aspecten van het marktonderzoekproces beschrijven en toepassen;
- bepalen welke onderzoekstechnieken wanneer het beste (en hoe) gebruikt kunnen worden;
- bestaande gegevens opsporen, analyseren en interpreteren;
- een opzet maken voor zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek (zie ook bijlage 4 Checklist Onderzoeksbriefing);
- uitvoeren, interpreteren, toetsen en evalueren van zowel kwalitatief als kwantitatief marktonderzoek.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

In het vak marktonderzoek worden diverse vormen van marktonderzoek behandeld en leert de student hoe hij/zij een keuze moet maken uit beschikbare onderzoeksmethoden, het interpreteren van onderzoek van derden, uitvoeren van deskresearch.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op de blackboard site van CE-du of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal Bachelor

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management

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.