

Vak: Bedrijfscalculaties

credits: 2

Vakcode	CEVH2BCA
Naam	Bedrijfscalculaties
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	2
Taal	Nederlands
Coördinator	J.J. Bellink

Werkvormen	Hoorcollege Werkcollege
Toetsen	Bedrijfscalculaties - Schriftelijk, organisatie tentamenbureau

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- 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.

21st-century skills:

- Doorzettingsvermogen
- Commercieel bewustzijn
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

Na dit studieonderdeel kun je:

- het onderscheid maken tussen vaste- en variabele kosten, waardoor inzicht in de kostenstructuur wordt verkregen zodat de student in staat is om break-evenanalyses uit te kunnen voeren
- de basisprincipes van kostprijsberekening, met name voor wat betreft de toerekening van indirecte kosten aan calculatieobjecten, (rekenkundig) toepassen en analyseren (C3);
- het kunnen hanteren van basisprincipes bij kostenberekeningen (C2, 3 en 4);
- het kunnen uitvoeren van kostprijsberekeningen volgens de integrale kostprijsbenadering alsook volgens de direct costing methode (C2 en 4);
- het kunnen opstellen van (kosten)budgetten als hulpmiddel bij het plannen en beheersen van activiteiten (C2 en 4);
- in het kader van de PDCA-cyclus conclusies kunnen trekken uit de verschillenanalyse van de begrote en werkelijke cijfers (C4).

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

Bedrijfseconomie houdt zich bezig met het economisch handelen in en door bedrijfshuishoudingen. Bedrijfseconomie is voor de beroepen waarvoor de opleiding CE in het Instituut voor Marketing Management opleidt, een belangrijk instrument bij het nemen van verantwoorde en weldoordachte (marketing)beslissingen. Immers alle (marketing)beslissingen hebben weer financiële gevolgen. Om op verantwoorde wijze beslissingen als het vaststellen van de verkoopprijs, de samenstelling van het assortiment, of het wijzigen van de productiemethode te kunnen nemen, zullen deze vaak door kostencalculaties moeten worden onderbouwd. Zo is de kostenstructuur van een organisatie van groot belang, zeker in tijden van fluctuerende omzetten. Heeft de organisatie vooral te maken met vaste of met variabele kosten, wat betekent dit en waar ligt het break-evenpunt? Je kunt zelfs voor vrijwel elke beslissing bepalen waar het break-evenpunt ligt.

Voor het nemen van beslissingen op m.n. de korte termijn is het bijvoorbeeld ook van belang om de contributie marge te bepalen en dus de direct costing als grondslag te nemen voor deze beslissingen. Een sluimerend gevaar voor een organisatie is geen inzicht hebben in de indirecte kosten. Hoe krijgen we dat inzicht wel, maar vooral hoe worden deze indirecte kosten toegerekend/doorberekend zodat ze uiteindelijk worden doorberekend naar de klant?

Tot slot is het van groot belang om vooraf al inzicht te hebben in de financiële gevolgen van de beslissingen. Door budgettering als beheersingsinstrument te hanteren kan vooraf worden begroot wat de mogelijke kosten en opbrengsten kunnen zijn. De PDCA-cyclus is rond als vervolgens gekeken wordt wat de oorzaken van de verschillen zijn tussen de budgetten en de werkelijke bedragen, om zodoende voor de toekomst van fouten te leren (meten is weten). Het mag duidelijk zijn dat de relatie met de IOP is dat men het "marketing- en salesplan" (MSM) en het "marketing- en marketingcommunicatieplan" (MCM) financieel kan onderbouwen. Want waar het uiteindelijk allemaal op neer komt is dat het voor het voortbestaan van de onderneming het noodzakelijk is dat er winst wordt gemaakt. Een positief verschil tussen kosten en opbrengsten is een absolute voorwaarde om de onderneming levensvatbaar te maken en te houden.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: Hanze.nl/CE_of Hanze.nl/JCA of de blackboard course.

Instapvoorwaarden:

Propedeuse gevolgd.

Bijzonderheden:

Hoorcollege

Er zijn drie contacturen per week. Steeds zal er aan het begin van de week een hoorcollege zijn, waarin de theorie van de desbetreffende week toegelicht en besproken zal worden. Later in de week zal in een werkcollege van twee lesuren o.a. de door jou voorbereide opgaven

behandeld worden.

Voor het hoorcollege geldt dat aanwezigheid verplicht is. Het blijkt in de praktijk dat zonder het volgen van de hoorcolleges, de werkcolleges aanzienlijk minder rendement opleveren dan wanneer de hoorcolleges wel bezocht worden

Werkcollege

Het werkcollege bestaat uit twee lesuren later in de week. Ook voor het werkcollege geldt dat aanwezigheid verplicht is. In het eerste uur worden de verplicht gemaakte huiswerkopgaven besproken. Bij de bespreking wordt ervan uitgegaan dat studenten de opgegeven huiswerkopgaven hebben voorbereid. In het tweede deel van het werkcollege gaan de studenten aan de slag met aanvullende opgaven die al dan niet klassikaal besproken worden.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major DIM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MSM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM

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.