

Vak: Organisatie

credits: 3

Vakcode	CELP200RG
Naam	Organisatie
Studiejaar	2021-2022
ECTS credits	3
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra

Werkvormen	Individueel
Toetsen	Organisatie - Schriftelijk, 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 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.

21th-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

1. De student kan laten zien algemene organisatiekundige concepten te begrijpen.
2. De student kan uitleggen waar de verschillende S'en uit het 7S-model voor staan en wat je met het model kunt.
3. De student kan uitleggen welke organisatorische aspecten belangrijk zijn in een marktgerichte organisatie en in hoeverre deze een sterkte of zwakte zijn.
4. De student kan toelichten hoe de onderdelen van het 7-S-Model met elkaar samenhangen en elkaar beïnvloeden.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

Het is de taak van Marketing om klanten aan te trekken en relaties met hen op te bouwen door waarde toe te voegen. Marketing zorgt daar in een organisatie niet alleen voor. Dit doen ze samen met het management, financiën, R&D, inkoop, productie en de boekhouding. Dit noemen we een waardeketen. Al deze afdelingen hebben invloed op de marketingplannen en de uitvoering hiervan. Al deze afdeling horen binnen het marketingconcept klantgericht te denken om de klanten deze waarde te kunnen bieden. Tijdens dit vak gaan we in op de theorie van marktgericht organiseren. Via het 7-S-model van McKinsey leer je organisaties als en samenhangend geheel te bekijken en begrijpen.

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)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

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.