Vak: Businessmodel en organisatie — credits: 5

Vakcode	CELB26BMO
Naam	Businessmodel en organisatie
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra
Werkvormen	Individueel
Toetsen	Businessmodel en organisatie - Computer, 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 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:

De student kan:

1. Uitleg geven over kernbegrippen rondom businessmodellen en het Business Model Canvas en het onderscheid duiden tussen een businessmodel en een businessplan.
2. Klantgroepen en bijbehorende waardeproposities identificeren en formuleren op basis van relevante problemen, behoeften of doelen van gebruikers of afnemers.
3. De bouwstenen van het Business Model Canvas toepassen door deze op een consistente en beargumenteerde wijze in te vullen voor een gekozen casus of context.
4. De samenhang en onderlinge afhankelijkheden tussen de bouwstenen analyseren en mogelijke spanningen, risico's of inconsistenties in een businessmodel te signaleren.

Inhoud

Inhoud:
In dit vak maken studenten kennis met het Business Model Canvas als theoretisch raamwerk voor het analyseren en ontwerpen van businessmodellen. De waardepropositie voor de klant staat hierbij centraal. Studenten leren de verschillende bouwstenen van het Business Model Canvas te beschrijven en te verklaren. Zij krijgen inzicht in het onderscheid tussen klantsegmenten en leren op basis van theoretische kaders een doelgroep te definiëren en uit te werken in een persona. Daarnaast verdiepen studenten zich in het analyseren van klantproblemen en klantwaarde. Met behulp van Customer Journey Mapping leren zij uitleggen hoe klantwaarde via verschillende kanalen tot stand komt en hoe kanalen met elkaar vergeleken en beoordeeld kunnen worden. Met de Value Proposition Canvas leren studenten de samenhang analyseren tussen klantbehoeften (pains en gains) en de aangeboden waarde van een product of dienst.Alle onderdelen van het Business Model Canvas worden afzonderlijk en in samenhang behandeld. Studenten leren hoe ze een businessmodel kunnen analyseren en begrijpen hoe waardecreatie, verdienmodel en kostenstructuur met elkaar samenhangen. Zij leren hoe ze een goed onderbouwde kosten-batenanalyse kunnen opstellen en toelichten hoe een verdienmodel financieel wordt onderbouwd. Tot slot maken studenten kennis met de PDCA-cyclus als instrument voor continue verbetering. Zij leren relevante KPI's te formuleren en kunnen uitleggen hoe prestaties worden gemeten, geëvalueerd en bijgestuurd binnen een businessmodel.

Studiemateriaal:
Zie Brightspace of intranet.

5. Kritische aannames binnen een businessmodel evalueren en geschikte manieren selecteren om deze aannames te toetsen of te verifiëren.
6. Een samenhangend en realistisch businessmodel ontwerpen en verbeteren op basis van analyse, feedback en (indien van toepassing) validatie.
7. De effectiviteit van een uitgewerkt businessmodel onderbouwen en verbeteren door het toepassen van de PDCA-cyclus en relevante prestatie-indicatoren (KPI's), en kan op basis daarvan beargumenteerde verbetervoorstellen formuleren.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

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.