Vak: Groepsopdracht Productontwikkeling — credits: 10

Vakcode	CELP25GOP
Naam	Groepsopdracht Productontwikkeling
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	10
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra
Werkvormen	Individueel
Toetsen	Groepsopdracht Productontwikkeling - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

In de opdracht productontwikkeling werken we aan de CE competenties: koers bepalen, waarde creëren, business development en realiseren.

De leeruitkomsten van de opdracht zijn:
De student werkt goed samen in een groepsopdracht om een nieuw product te ontwikkelen en past daarin de volgende leeruitkomsten toe:

1. De student voert een externe analyse uit waarin relevante markttrends en ontwikkelingen worden beschreven en onderbouwt welke kansen en bedreigingen deze opleveren voor de organisatie.
1. De student voert een interne analyse uit en analyseert de sterke en zwakke punten van de organisatie.
1. De student voert kwalitatief klantonderzoek uit om inzicht te krijgen in wensen en behoeften van de doelgroep en gebruikt deze inzichten voor het formuleren van waardecreatie.
1. De student past design thinking toe om een onderbouwde ontwikkelrichting voor een nieuw product te formuleren voor een gekozen doelgroep.
1. De student maakt een marketingplan en implementatieplan en brengt hiervoor de kosten en baten inzichtelijk voor het komende jaar.
1. De student maakt een communicatieplan en werkt een klantgerichte website en communicatie-uiting uit.
1. De student pitcht het nieuwe product op een overtuigende en gestructureerde manier vanuit de rol van marketeer.
1. De student werkt de opdrachten uit in passende rapportage- en presentatievormen en past hierbij de basisregels van zakelijk en professioneel communiceren toe.

Inhoud

Niveau:

Inleidend.

Inhoud:

In de samenwerking met medestudenten kan de student een eenvoudige analyse maken van de marketingtrends, klantbehoeftes en de interne organisatie voor een bedrijf waar één van de studenten in de groep werkzaam is. Dit analyseert de student door middel van een eenvoudige SWOT en geeft daarna een advies waar kansen liggen voor productontwikkeling binnen een productmarktcombinatie van het bedrijf.

De student ontwikkelt daarna (samen met anderen) een nieuw product of dienst voor het bedrijf met de methodiek Design Thinking. Design Thinking is een methode die probleemoplossend werkt en helpt om te komen tot innovatieve en creatieve oplossingen voor het vraagstuk. Deze opdracht zet de student aan tot creatief ondernemen. Ze gaan op pad naar het bedrijf en de klanten en nemen daar interviews af en observeren om het vraagstuk van de opdrachtgever goed helder te krijgen en om een goed beeld te krijgen van de pijnpunten waar klanten tegenaan lopen. Op basis daarvan gaan ze creatief nadenken om een nieuw product of dienst te bedenken voor waardecreatie. Dit product idee werken ze uit naar een prototype en deze testen ze onder de doelgroep om op basis van de feedback dit productidee te verbeteren. Het product werken ze uit in een marketingplan waarin ze aangeven hoe ze dit in de markt gaan zetten en gaan verkopen. De student maakt een communicatieplan en werkt voor het product een eenvoudige website en commerciële-uiting uit. De student maakt een implementatielan en geeft hierin een goede indicatie van de kosten en opbrengsten in jaar 1. Het product wordt gepitcht in de rol van marketeer aan het management van het bedrijf. Hierin moet de student het management overtuigen dat dit de beste oplossing is voor het klantprobleem en dat dit een goede investering is.

Studiemateriaal:

Zie literatuur en Brightspace.

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.