

Vak: Eindopdracht Marktonderzoek

credits: 10

Vakcode	CEMB19EMO	Werkvormen	Action learning
Naam	Eindopdracht Marktonderzoek	Toetsen	Eindopdracht Marktonderzoek - Overige toetsing
Studiejaar	2026-2027		
ECTS credits	10		
Taal	Nederlands		
Coördinator	W.H.T. Uitslag		

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:**

- De student voert een diepgaande analyse uit van een praktijkprobleem voor een externe opdrachtgever.
- De student formuleert op basis van de probleemanalyse een centrale vraag die richting geeft aan het onderzoek.
- De student stelt passende onderzoeksvragen (deelvragen) op ter beantwoording van de centrale vraag.
- De student ontwikkelt een conceptueel model inclusief een relevant theoretisch kader.
- De student maakt een goed onderbouwde keuze voor het type onderzoek dat geschikt is om de onderzoeksvragen te beantwoorden.
- De student selecteert en gebruikt geschikte bronnen voor deskresearch.
- De student ontwikkelt een vragenlijst of ander instrument passend bij het onderzoek.
- De student selecteert respondenten op een verantwoorde manier, met aandacht voor representativiteit.
- De student kiest de meest passende onderzoeksmethode of -techniek voor het onderzoek.
- De student selecteert en voert zelfstandig de benodigde statistische bewerkingen uit voor de analyse van kwantitatieve data.
- De student analyseert en categoriseert kwalitatieve data, zoals interviews, met gestructureerde analysemethoden.
- De student besteedt in de rapportage expliciet aandacht aan betrouwbaarheid, validiteit en nauwkeurigheid van de onderzoeksresultaten.
- De student rapporteert onderzoeksresultaten zodanig dat de opdrachtgever over alle benodigde informatie beschikt.
- De student presenteert resultaten, conclusies, aanbevelingen en adviezen voor vervolgonderzoek op een heldere en begrijpelijke manier.
- De student onderbouwt afwijkingen van de onderzoeksopzet en licht de consequenties van deze afwijkingen toe.

Inhoud**Niveau:**

Verdiepend

Inhoud:

Tijdens deze module voer je een individuele praktijkopdracht Marktonderzoek uit. Je zet een marktonderzoek op en voert dit uit voor een opdrachtgever, bijvoorbeeld je eigen organisatie of die van een groepslid. Je houdt je onder andere bezig met:

- Het voeren van een startgesprek met de opdrachtgever om de aanleiding voor het onderzoek vast te stellen (het marketingvraagstuk en het onderliggende marketingprobleem);
- Het formuleren van een managementvraag, een centrale vraag, deelvragen en onderzoeksvragen;
- Het selecteren en toepassen van relevante theoretische modellen, een adviesmodel en het opstellen van een conceptueel model;
- Het kiezen van een passende onderzoeksopzet en onderzoeksmethode;
- Het uitvoeren van verplicht kwantitatief onderzoek, waarbij je gebruikmaakt van één van de vijf soorten enquêtes;
- Het analyseren van de verzamelde data met behulp van statistische technieken, gericht op het trekken van onderbouwde conclusies;
- Het presenteren van de onderzoeksresultaten in de vorm van een infographic.

Het onderzoek levert een concrete bijdrage aan het oplossen van het marketingprobleem van de opdrachtgever. De benodigde theorie en onderzoeksvaardigheden worden gedurende de module aangereikt.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

share your talent. move the world.