

Vak: Domein Professionele en persoonlijke groei 5

credits: 5

Vakcode	CEVB22PPG5	Werkvormen	Opdracht
Naam	Domein Professionele en persoonlijke groei 5	Toetsen	PPG-skills 5 / op weg naar de stage 1 - Overige toetsing
Studiejaar	2026-2027		Project 5 / consumentenonderzoek - Overige toetsing
ECTS credits	5		
Taal	Nederlands		
Coördinator	G.J. Schnieders		

Leeruitkomsten**Nivea: 2****Leeruitkomsten:**

Na afloop van deze cursus kan de student:

Consumentenonderzoek

- Consumentenonderzoek uitvoeren en waardevolle inzichten genereren voor marketingbeslissingen;
- Onderzoeksdoelstellingen formuleren en onderzoekopzetten ontwikkelen;
- Gegevens verzamelen, analyseren en onderzoeksbevindingen communiceren;

Op weg naar de stage I

- Een professioneel sollicitatieportfolio samenstellen;
- Zichzelf via een pitch professioneel presenteren;
- Twee SMART geformuleerde ontwikkeldoelen opstellen gericht op het vinden van een stageplaats, het resultaat van inspanningen benoemen en onderbouwen en reflecteren op zijn eigen ontwikkeling.

Inhoud**Niveau: 2****Inhoud****Consumentenonderzoek:**

In dit blok ga je onderzoek doen naar (potentiële) afnemers voor een door de docent aangewezen of zelf te bepalen (de docent geeft aan wat voor de betreffende klas het geval is) organisatie. Hierbij wordt een uitgebreid klantenonderzoek opgezet en uitgevoerd. De resultaten dienen geïnterpreteerd te worden. De organisatie is een organisatie die opereert op een finale consumentenmarkt en je beperkt je onderzoek liefst tot één product of productgroep. Je presenteert samen met je groepsleden je bevindingen in de vorm van een schriftelijk verslag en je kunt alle mogelijke vragen over de inhoud van het rapport individueel beantwoorden.

Voor een marketeer is inzicht hebben in de klant van essentieel belang voor het kunnen maken van goede keuzes. Dit geldt zowel ten aanzien van strategische keuzes als bijvoorbeeld het laden van een merk, alsook voor meer tactische of operationele zaken als een prijswijziging of een keuze voor een loyaliteitsprogramma. Dit inzicht is niet alleen een goed onderbuikgevoel ontwikkelen, maar vooral het kunnen onderbouwen van de beslissing met argumenten. Deze argumenten zijn gebaseerd op data uit onderzoek, zowel kwantitatief als kwalitatief.

Op weg naar de stage I:

In dit blok ga je werken aan je personal branding, het merk IK, en de wijze waarop jij, met al je unieke en onderscheidende kwaliteiten, je ideale stageplaats kunt vinden of creëren. Er is aandacht voor de toegevoegde waarde van het merk IK.

Daarnaast maak je een persoonlijke pitch, je zorgt voor een CV dat je kwaliteiten (onderbouwd) weergeeft, je maakt een motivatiebrief, je bouwt aan je LinkedIn profiel en je krijgt handreikingen hoe jij in contact kunt komen met jouw ideale stagebedrijf.

Je werkt aan twee ontwikkeldoelen, verzamelt bewijs en schrijft een reflectie.

Tenslotte gaan we een begin maken met het oefenen van sollicitatiegesprekken.

Aan het eind van het blok heb je een eindpresentatie in het bijzijn van een of meerdere medestudenten over je opgebouwde stageportfolio:

- Pitch (film)
- Motivatiebrief
- CV
- LinkedIn-profiel
- Reflectie en resultaat van je ontwikkeldoelen.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)
Commerciële Economie Major Digital Marketing (DIM)
Commerciële Economie Major Marketing and Sales Management

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.