

Vak: Domein Onderzoek 6

credits: 5

Vakcode	CEVB23DIMONZ6
Naam	Domein Onderzoek 6
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	T.J. Fischer

Werkvormen	Opdracht Werkcollege
Toetsen	Customer Relationship Management - Overige toetsing Onderzoek 6 / webanalytics - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:**

Na afloop van deze cursus kan de student:

CRM

- De interne omgeving van een bedrijf beschrijven en analyseren in relatie tot klantfocus, en hieruit sterktes en zwaktes afleiden;
- Secundair bronnenonderzoek uitvoeren op basis van een database;
- Marketingbeleid ontwikkelen;
- Marketingbeleid uitvoeren;
- Zelfsturend werken met betrekking tot opdrachten.

Webanalytics

- Webanalytics-gegevens analyseren en gebruiken om digitale marketingstrategieën te optimaliseren;
- Webanalytics-tools toepassen en gegevens interpreteren;
- Kansen en knelpunten in digitale marketing identificeren;
- Aanbevelingen formuleren voor het verbeteren van digitale marketingprestaties;
- Datagestuurde inzichten inzetten om marketingdoelstellingen binnen commerciële economie te behalen.

Inhoud**Niveau:**

Niveau 2

Inhoud:**CRM**

Het vak CRM richt zich op het ontwikkelen van een diepgaand begrip van Customer Relationship Management (CRM) als zowel een strategische filosofie als een praktische werkwijze binnen organisaties. Studenten leren hoe klantgerichtheid en data-gedreven besluitvorming bijdragen aan duurzame klantrelaties. CRM wordt benaderd als een mindset én als marketinginstrument. Daarnaast wordt klantgedrag concreet vertaald naar kansen voor optimalisatie van marketing, klantinteracties en bedrijfsprocessen.

Webanalytics

De kern van dit studieonderdeel is studenten bekend maken met de werking van digital analytics en het benutten van de kracht van data gedreven marketing. Met het gebruikmaken van het Analytics account van de Google Merchandise Store maken de studenten kennis met de diverse functionaliteiten en beschikbare data binnen een analysetool. Voor diepere inzichten in het gebruik van data en de relevantie daarvan worden diverse hoofdstukken uit het basisboek Digital Analytics behandeld. Uiteindelijk biedt de geboden stof voldoende basis voor het behalen van het certificaat Google Analytics 4. Er volgt een digitaal Multiple Choice (MC) tentamen. De vragen worden gesteld op basis van het studiemateriaal. In de planning staat aangegeven welke hoofdstukken en paragrafen uit de boeken behandeld gaan worden. Het niet afronden van het tentamen of hertentamen met een voldoende heeft als consequentie het opnieuw volgen van het vak in het volgende collegejaar.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Digital Marketing (DIM)

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing