Vak: Domein Onderzoek 11 — credits: 5

Vakcode	CEVB23MCMONZ11
Naam	Domein Onderzoek 11
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	T.J. Fischer
Werkvormen	Opdracht
Toetsen	MCM 11 / toegepast merkonderzoek - Overige toetsing Onderzoek 11: onderzoeksverantwoording - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten

Na afloop van deze cursus kan de student:

Onderzoeksverantwoording

- Een onderzoeksopzet maken voor een vraagstuk binnen commerciële economie;
- Onderzoeksgegevens verzamelen en analyseren;
- Begrippen Representativiteit, betrouwbaarheid en validiteit kunnen toepassen;
- AI toepassingen kunnen beoordelen ten behoeve van de afstudeeropdracht;
- Onderzoeksresultaten effectief communiceren binnen commerciële organisaties.

Toegepast Merkonderzoek

Na afloop van deze cursus kan de student:

- Een merkgerelateerde vraag van een opdrachtgever vertalen naar een relevante, onderbouwde en consistente onderzoeksopzet;
- Resultaten uit fieldresearch analyseren met statistische analyses en/of matrixen en kernachtig en overzichtelijk weergeven;
- Resultaten van ander relevant onderzoek correct weergeven met bronvermelding;
- Verantwoording geven over de uitvoering en resultaten van het onderzoek, inclusief betrouwbaarheid en validiteit;
- Conclusies trekken die relevant zijn voor de vraag van de opdrachtgever;
- Onderzoeksresultaten doelgroepgericht presenteren, bijvoorbeeld in PowerPoint;
- Effectief samenwerken en zich betrokken en proactief opstellen.

Inhoud

Niveau:

Niveau 2

Onderzoeksverantwoording

Het onderdeel onderzoek (2EC) is een voorbereiding op het maken van de onderzoeksonderdelen van de afstudeeropdracht. De volgende onderwerpen zullen de revue passeren: representativiteit, betrouwbaarheid en validiteit (herhaling en verdieping), deskresearch (literatuuronderzoek, conceptueel model en bronnen voor data), verslaglegging van resultaten en onderzoeksverantwoording. Een aantal voorbeeldverslagen zullen worden behandeld om deze onderdelen toe te lichten.

Toegepast merkonderzoek

Voor het onderdeel Toegepast merkonderzoek ga je onderzoek doen naar aanleiding van een actuele vraag van een externe opdrachtgever. Dit is dezelfde opdrachtgever als voor de opdracht van het onderdeel Merkcommunicatie (zie domein Marketing) Die opdracht gaat over positionering en merk(communicatie)strategie. Het onderzoek richt zich dus op bijvoorbeeld merkkennis en merkimago bij de doelgroep, de customer journey, typische gebruikssituaties of de positionering van de concurrentie. Je doet als merkadviesbureau gericht onderzoek en levert een rapportage op die ook behulpzaam moet zijn bij het bepalen van de merkcommunicatie van de opdrachtgever.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)

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.