Vak: Domein Onderzoek 2 — credits: 5

Vakcode	CEVP21ONZ2
Naam	Domein Onderzoek 2
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	T.J. Fischer
Werkvormen	Opdracht
Toetsen	BCN 2 / argumenteren - Overige toetsing Onderzoek 2 / fieldresearch - Computer, organisatie ToetsCentrum Project / interne omgeving - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

Na afloop van deze cursus kan de student:

Fieldresearch
- Onderzoeksmethoden omschrijven in termen van soort onderzoek (beschrijvend, explorerend, toetsend), desk- en fieldresearch, kwantitatief en kwalitatief onderzoek;
- Kennis en begrip toepassen van betrouwbaarheid en validiteit;
- Verantwoorden wanneer deskresearch, enquêtes, groepsdiscussies, diepte-interviews, observaties en casestudy's worden toegepast en de voor- en nadelen benoemen;
- Variabelen opstellen en operationaliseren naar meetinstrumenten;
- Het opzetten en uitvoeren van interviews verantwoorden;
- Interviews transcriberen en verwerken tot zinvolle informatie.

Project
- De interne omgeving van een marketingorganisatie analyseren, beoordelen en optimaliseren;
- Relevante informatie verzamelen, kritisch denken toepassen en strategische aanbevelingen formuleren;
- Bijdragen leveren aan marketingmanagement en het realiseren van bedrijfsdoelstellingen.

BCN 2 / Argumenteren – Realiseren
- een commerciële tekst schrijven die de lezer aanspreekt; de schrijver maakt daarbij gebruik van creatieve taal en beeldspraak;
- aangeven wat goed argumenteren is;
- een redenering op de juiste manier opbouwen met argumenten en een conclusie;
- correct aangeven wat drogredenen zijn.

Leerwegonafhankelijke leeruitkomsten
- Een commerciële tekst schrijven die de lezer aanspreekt, gebruikmakend van creatieve taal en beeldspraak;
- Benoemen wat goed argumenteren inhoudt;
- Een redenering opbouwen met logische argumenten en een conclusie;
- Correct drogredenen herkennen en benoemen.

Inhoud

Niveau:

Niveau 1

Inhoud:

Fieldresearch

Bedrijven en instellingen voeren steeds vaker onderzoek uit om marketingbeslissingen op een gefundeerde manier te nemen en zo min mogelijk aan het toeval over te laten. Fieldresearch voer je uit wanneer er geen bestaande gegevens beschikbaar zijn om je onderzoeksvragen te beantwoorden.

Project Blok 2

In dit blok voer je in groepen een project uit waarbij je een organisatie analyseert en beschrijft op marktgerichtheid, met behulp van het 7S-model en de marketingmix. Op basis van je analyse geef je fictief advies over het verbeteren van de geconstateerde sterktes en zwaktes van de organisatie.De projectopdrachten en -mijlpalen sluiten aan bij deze hoofdopdracht en bij de opdrachten van het vak Marketing. Aan de hand van deze opdrachten bouw je een portfolio op, dat je toevoegt aan de eindopdracht.

BCN2

In blok 2 onderzoek je de sterktes en zwaktes van een organisatie op het gebied van marketing en sales. Op basis daarvan geef je aan het einde van het blok een onderbouwd advies aan je 'opdrachtgever'. Je leert zuiver argumenteren en het verschil herkennen tussen geldige redeneringen en drogredenen. Het vak bestaat uit zes weken werkcollege en in week 7 schrijf je in twee uur een betoog als toets. De beoordeling richt zich op structuur, argumentatie, taalgebruik en creatief, boeiend schrijven. In week 5 oefen je met het schrijven van een betoog**.**

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

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.