

Vak: Interne retailomgeving

credits: 5

Vakcode	ORVP26IRO
Naam	Interne retailomgeving
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	W.S. Voet

Werkvormen	Hoorcollege Practicum / Training Werkcollege
Toetsen	Interne retailomgeving Project mysteryshoppen adviesrapport - Overige toetsing Interne retailomgeving Tentamen retailmarketing - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:**

De student kan:

- een relevante bedrijfscontext voor een mysteryshoponderzoek beschrijven;
- een mysteryshop onderzoek in groepsverband opzetten;
- de retailmarketingtheorie en andere relevante theorie toepassen in een mysteryshoponderzoek in groepsverband waarbij resultaten worden teruggekoppeld middels een gefundeerd eindrapport, geschreven volgens de Voorschriften Rapporteren;
- de retailmarketing theorie overbrengen en omzetten naar kennis terughalen bij een tentamen
- op effectieve en respectvolle wijze mondeling communiceren tijdens projectbijeenkomsten, peerfeedbackmomenten en presentaties aan de opdrachtgever.
- op overtuigende wijze bevindingen aan de opdrachtgever presenteren.

Inhoud**Inhoud:**

Bij een eerste aanblik ziet de detailhandel er warrig en weinig gestructureerd uit. Formules, soorten winkels, vestigingsplaatsen, afmetingen en vloeroppervlakken, soorten van presentaties en de mate van bediening tonen een grote verscheidenheid. Elke willekeurige combinatie schijnt mogelijk te zijn. Het lijkt nauwelijks doenlijk dit onduidelijke geheel te vangen in een ordelijk systeem. Wie zich tussen de winkeliers beweegt, zal merken dat die wetmatigheden voor hen ook niet sterk leven. Het is een wereld van vooral veel doen.

Maar, wanneer er van dichtbij goed gekeken wordt, dan valt op dat de betere spelers in de markt niet 'zomaar wat' doen. Ze opereren uit een missie, visie, strategie en positionering. Om hun doelstelling te behalen proberen ze hun retailmarketingbeleid hier zo goed mogelijk op aan te laten sluiten zodat er een consistent winkelconcept ontstaat dat in de consumentenbehoefte voorziet.

Als basis van dit vak wordt retailmarketing als vakonderdeel aangeboden via hoor- & werkcolleges. Retailmarketing is een specifieke manier van kijken naar de marketing in de context van retail en franchise. Tijdens dit vakonderdeel ga je je verder verdiepen in de interne kant oftewel de micro kant van organisaties. Dit zal gedaan worden vanuit een retail perspectief. Het wordt afgetoetst met een tentamen.

Tegelijkertijd ga je voor een zelf gekozen retailer in de branche een mysteryshop onderzoek uitvoeren. Op deze wijze krijg je goed inzicht in wat wel en niet werkt voor een specifiek retailconcept en wellicht zelfs deels voor een branche. De resultaten van je onderzoek leiden tot concrete adviezen voor de retailer, om de 'retailbelofte' te verbeteren.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Ondernemerschap & Retail Management

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing