 **Semester marktonderzoek Feb. 2018**

1100MO\_\_17

|  |
| --- |
| **Waarom dit semester?**Om inzicht in marketingvraagstukken te krijgen moeten CE-ers diverse onderzoek tools kunnen inzetten waarmee marktgegevens, gedrag, motieven en meningen van (potentiële) klanten verzameld worden. Vervolgens worden deze data vertaald naar klant- en marktinzichten en direct toepasbare, actiegerichte adviezen zodat de juiste marketingbeslissingen kunnen worden genomen. |
| **Opbouw semester**Het semester is opgezet in twee blokken van 10 weken. In het eerste blok komen consumentengedrag, theorie van marktonderzoek (deskresearch, primair kwantitatief & kwalitatief en social media analyse) en statistische begrippen en commerciële calculaties aan bod. In het tweede blok staan de uitvoering van onderzoek, data-analyse in spss en online marketing centraal. |
| **Programma*** Vanuit een daadwerkelijke probleemsituatie wordt een onderzoeksbriefing opgesteld die daarna in overleg met de opdrachtgever wordt uitgewerkt tot een concreet onderzoeksvoorstel (plan van aanpak).
* Theorie van consumentengedrag en actuele ontwikkelingen in (beïnvloeding) van consumentengedrag worden verwerkt tot een essay voor vakgenoten.
* Theorie van marktonderzoek, calculaties en basisbegrippen van de statistiek worden getoetst in een tentamen.
* Marktonderzoek (deskresearch, kwantitatief, kwalitatief & social media analyse) wordt uitgevoerd.
* Kwantitatieve data worden geanalyseerd in spss, social media data worden geanalyseerd m.b.v. een social media analysetool en kwalitatieve data worden gecodeerd.
* Uitkomsten van genoemde analyses worden gepresenteerd in een marktonderzoeksrapport en verwerkt tot een off- en online marketingplan.
 |
| **Leerdoelen**Na het voltooien van het semester kun je:* Een marketingprobleem vertalen naar een onderzoeksopzet, plan van aanpak;
* Theorie van consumentengedrag, marktonderzoek en (online) marketing toepassen in de praktijk;
* Een social media analyse, een kwantitatief en kwalitatief onderzoek en deskresearch uitvoeren;
* Data analyseren in spss;
* Inzichten verkrijgen uit onderzoeks- en analyseresultaten;
* Inzichten vertalen naar concrete adviezen en hieruit volgend een marketingplan (offline en online) opstellen.

De uitdaging voor de student zit hem er in impact te hebben op zijn eigen werkomgeving en tot een geïntegreerd off- en online marketingplan te komen gebaseerd op data. |
| **Te ontwikkelen competenties**Vooral de competenties onderzoekend vermogen, communiceren, samenwerken, ondernemend gedrag, innovatief vermogen, resultaatgerichtheid en ontwikkelingsgericht handelen worden ontwikkeld gedurende dit semester. De opgedane kennis en skills in het semester zijn toepasbaar bij zowel het afstuderen als in de eigen beroepspraktijk. |
| **Deadlines en toetsdata Kalenderweek Studiepunten Studiegids nr.*** Briefing week 37 (2017) 1117MO2\_OP
* Onderzoeksvoorstel week 41 3 EC 1117MO2\_OP
* Essay Consumentengedrag week 42 5 EC 1117MO3\_OP
* Tentamen Marktonderzoek week 44 5 EC 1117MO1\_TS
* Marktonderzoeksrapport week 02 (2018) 5 EC 1117MO5\_PD
* Marketingplan (off- & online) week 02 5 EC 1117MO6\_PD
* SPSS Practicum Tentamen week 03 5 EC 1117MO4\_TD

 **→**  **totaal: 28 EC** |
| **Welke werkvormen zijn er en wat wordt er van u verwacht?**Er worden individuele opdrachten uitgewerkt, duo-opdrachten en groepsopdrachten van drie tot vier studenten.Van de student wordt een actieve bijdrage verwacht: je voert voor de eigen organisatie of voor een externe opdrachtgever van de FBE DeeltijdAcademie een compleet marktonderzoek uit met een implementatievoorstel. |
| **Opbouw opleiding en plek in het curriculum**Het semester marktonderzoek geeft handvatten om de rest van je opleidingscarrière aan de HvA op een gedegen wijze te kunnen vervullen. Met name in het semester Strategische Marketing is marktonderzoek een essentieel onderwerp om beroepsmatig effectief te zijn. Echter, ook in de daaropvolgende semesters en uiteindelijk bij het schrijven van je afstudeeropdracht zullen veel elementen uit het semester marktonderzoek je uitstekend van pas komen. De opbouw van de opleiding is te vinden op:<https://studiegids.hva.nl/studiegids?edu=ce-dt&acy=2017-2018>  |
| **Studiepunten**: 28 EC  |
| **Verplichte literatuur**Marktonderzoek; Roelof Kooiker, e.a., 9e druk, Groningen, Noordhoff Uitgevers, 2015, ISBN: 9789001861292Commerciële calculaties 2; Minnaar & Van der Sluis, 5e druk, Groningen, Uitgever: Noordhoff, 2013, ISBN: 9789001818821Basisboek Online Marketing. Van strategie tot conversie. Visser & Sikkenga. 2e druk, 2015. Wolters NoordhoffISBN: 9789001850951Principes van Marketing, Kotler & Armstrong. 7e editie, Amsterdam. Uitgeverij: Pearson Education Benelux, 2017ISBN: 9789043034098Consumentengedrag. Nederstigt & Poiesz. 6e druk, 2014. Noordhoff Uitgevers. ISBN 9789001831615**Aanbevolen literatuur**Basishandboek SPSS 22; A. de Vocht. 1e druk mei 2014. Uitgeverij: Bijleveld Press. ISBN: 9789055482412 |
| **Website Marktonderzoek februari 2018**<https://studiedelen.mijnhva.nl/studiedelen/fbe-1100MO__17/1718>  |
| **Docenten**Bart de Haan; b.g.de.haan@hva.nl ; +31624431800Clarence van der Putte; c.van.der.putte@hva.nl  |
| **Locatie, dagdelen**De bijeenkomsten zijn op de dinsdag- en donderdagavonden, of zaterdag overdag en vinden plaats op het Wibauthuis, Wibautstraat 3b, 1091 GH  Amsterdam. Afhankelijk van het aantal aanmeldingen kan er voor gekozen worden om bijeenkomsten alleen doordeweeks of alleen zaterdags te organiseren. |
| **Studiegids**Meer informatie is te vinden in de studiegids via onderstaande link:https://studiegids.hva.nl/studiegids?edu=ce-dt&acy=2017-2018&phase=1. Propedeuse&path=https%3A%2F%2Fstudiedelen.mijnhva.nl%2Fmetadata%2Fdem%2FLists%2FPublishedMetadata%2FDispForm.aspx%3FID%3D10641  |
| **Overige bijlagen**Bij deze handleiding horen vier bijlagen die te vinden zijn op de website marktonderzoek september 2017:Bijlage 1. BeoordelingsformulierenBijlage 2. Weekplanning & Aanbevolen websitesBijlage 3. Toelichting competentieontwikkeling, doelen en beroepsproductenBijlage 4. Toetsmatrijzen |