



Opbouw Bachelor Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen

Jaar 1

www.wur.nl/bbc

Periode 1

Inleiding Bedrijfs-en Consumentenwetenschappen

Tijdens dit vak maak je kennis met je studie. In het vak worden de onderdelen bedrijf, consument en marketing behandeld en wordt hun samenhang belicht. Verder krijg je ook een wat gedetailleerder beeld van wat je nou eigenlijk tijdens de rest van je studie allemaal kan verwachten. Je bepaalt door deze eerste indruk waar je interesses binnen de studie ligt.

Statistiek 1 & 2

Statistiek bestaat uit diverse onderdelen: beschrijvende statistiek, kansberekening, schattingen, toetsen betrouwbaarheidsintervallen en eenvoudige parametrische en verdelingsvrije toetsen. Mocht dit alles je niet bekend voor komen: geen probleem, want het wordt stap voor stap uitgelegd, zodat je uiteindelijk de opgedane kennis zelf toe kan passen op latere momenten in je studie.

Periode 2

Sociologie

Sociologie gaat over hoe mensen samenleven en hoe samenlevingen veranderen. Op basis van verschillende theorieën wordt er gekeken naar wat mensen bij elkaar houdt en wat hen juist slijt. De kennis over deze theorieën pas je toe in opdrachten waarbij je bijvoorbeeld situaties in het dagelijks leven fotografeert en observeert.

Management en marketing

Hoe gaan bedrijven om met vraag, aanbod, concurrenten en nieuwe hypes? Hoe en waar worden producten in de markt gezet, gepromoot en geprijsd en wat komt hier bij kijken? Welke kwaliteiten zijn belangrijk voor een manager en wat maakt een bedrijf succesvol? Dit alles leer je bij Management en Marketing.

Periode 3

Onderzoeksmethoden in de sociale wetenschappen

Als je aan de universiteit studeert zal je natuurlijk ooit een wetenschappelijk onderzoek moeten uitvoeren, maar hoe werkt dat nou eigenlijk? Welke aanpak kun je het beste gebruiken voor de verschillende soorten onderzoeken en hoe pas je dat nu eigenlijk in de praktijk toe? Dat leer je tijdens deze periode.

Periode 4

Productieketen en recht

In dit vak verdiep je je in de juridische problemen die voor kunnen komen in de productieketen. Het inzicht in de basisprincipes van het recht voor de driehoeksrelatie tussen producent, consument en overheid zal je bij elke functie in een bedrijf of non-profit organisatie tegen komen. Naast de hoorcolleges ga je ook werken aan verschillende casussen. Hierdoor leer je de juridische kennis van de hoorcolleges toe te passen in de realiteit.

Periode 5

Bedrijfs- en Consumentenperspectief op voedselkwaliteit

In dit vak krijg je inzicht in de verschillen tussen natuurwetenschappelijk en sociaal wetenschappelijk onderzoek.

Inleiding bedrijfseconomische analyse

Dit vak lijkt op het VWO vak Management en Organisatie. De fundamentele begrippen uit de bedrijfseconomie worden behandeld in de hoorcolleges en daarnaast ga je ook aan de slag met toepassing van de stof in werkcolleges en practica.

Periode 6

Wiskunde M-Maatschappijwetenschappen

Dit vak is gericht op het verwerven van wiskundige kennis, inzicht en vaardigheden, die van belang zijn voor sociale studies. De lessen bestaan uit werkcolleges en practica's, maar hiernaast kunnen studenten ook een opfriscursus volgen. Het vak sluit aan op de wiskundekennis van het VWO (Wiskunde A, B, A12 of B1).

Analyse van een Probleemveld

Bij dit vak ga je zelf een heel onderzoek uitvoeren met medestudenten. Je kunt kiezen uit verschillende thema's, waarin je alle kennis en vaardigheden uit de voorafgaande vakken toepast op een actueel probleem in Nederland of het buitenland. Voorbeelden van thema's: 'maatschappelijk verantwoord ondernemen', 'voeding en consument' en 'duurzame marktcreatie'.



In het tweede jaar van Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen start je met 4 gemeenschappelijke vakken in periode 1 en 2.

Periode 1

Principles of Consumer Studies

Volgend op de kennis van het eerste jaar, ga je dieper in op het begrijpen en verklaren van consumenten gedrag. Je leert over de probleemvelden in de consumentenwetenschap. Je gaat in op onderwerpen zoals normen & waarden, doelgroepen bepalen en verschillende gedragstheorieën. Ook de maatschappelijke ontwikkelingen die van invloed zijn op de consument komen aan bod.

Decision Science 1

In dit vak leer je kwantitatieve methoden (wiskundige modellen) om een beslissing in een bedrijf in de logistieke sfeer te kunnen oplossen. Deze kwantitatieve methoden laten zien hoe je bijvoorbeeld voor transportproblemen een optimale oplossing kunt vinden.

Periode 2

Quantitative and Qualitative Research Techniques

In dit vak leer je zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek uit te voeren. De focus van het vak ligt op het verzamelen van data en het analyseren ervan. Verder wordt er aandacht besteed aan het verbinden van de verschillende onderzoeksfases (denk hierbij grofweg aan onderzoeksofzet, het uitvoeren en het verwerken van de resultaten) en het onderzoeksproces in zijn geheel.

Microeconomics and Behaviour

Bij dit vak ga je in op thema's uit de microeconomie, zoals welvaart, nationaal inkomen en de wet van vraag en aanbod. Je gaat kijken hoe deze beïnvloed worden en wat de gevolgen ervan zijn, bijv. werkloosheid en prijsstijgingen. Daarnaast krijg je bij dit vak ook een introductie in de gedragseconomie: welke rol speelt emotie bij het beheren van je budget?

In de tweede periode kies je voor 1 van de twee specialisaties: Bedrijf of Consument. In periode 3,4 en 5 van jaar 2 en periode 1 en 2 (of 3) van jaar 3 volg je vakken in deze richting.

Bedrijf

- Advanced Management and Marketing
- Accounting
- Decision Science 2 of Consumer Behaviour
- Strategic Change Management
- Economics of Agribusiness
- Financial Management
- Supply Chain Management

Consument

- Lifestyles and Consumption
- Human Decision Making
- Consumer Behaviour
- Economics of Consumption, Welfare and Society
- Usability Research in Product Design
- Applied Consumer Studies
- Communication and Persuasion

In periode 6 van het tweede jaar volgen beide specialisaties:

Periode 6

Applied Information Technology

Informatieoverdracht is binnen Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen een belangrijk item. Dit vak gaat over de rol die informatieoverdracht in het dagelijks leven van de consument heeft. Daarnaast wordt ingegaan op de functie van informatie binnen een organisatie i.v.m. bedrijfsvoering en het effectief en efficiënt gebruiken van informatiediensten, zoals de cloud. Ook leer je je eigen webshop te maken.

Research Topics on Food and Society

In deze periode ga je een concreet probleem uit de praktijk proberen op te lossen. Je doet onderzoek naar een bestaand (voedings) product. Je doet onderzoek naar de beleving van de consument: wat vinden ze van het product, hoe gebruiken ze het? Daarnaast verzamel je gegevens over het product zelf. Je koppelt uiteindelijk je onderzoeksresultaten ook terug naar de producent van het betreffende product en je hebt kans dat de producent zelfs jouw aanpassing gaat doorvoeren op het product.

Naast de verplichte vakken, heb je binnen je programma ook een vrije keuze ruimte (30 ECTS). Deze vrije keuze ruimte geef je zelf vorm in het laatste half jaar van je bachelor. Dit betekent dat je zelf vakken kan kiezen, waardoor je afstudeert met een uniek vakkenpakket.

De thesis is de afsluitende opdracht voor de bachelor Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen in de door jouw gekozen specialisatie richting. Hierin laat je zien dat je de verworven kennis, inzichten en vaardigheden kan toepassen. In de afgelopen jaren zijn er door de studenten scripties over zeer uiteenlopende onderwerpen geschreven. De scriptie kan in het Engels of in het Nederlands worden geschreven.