

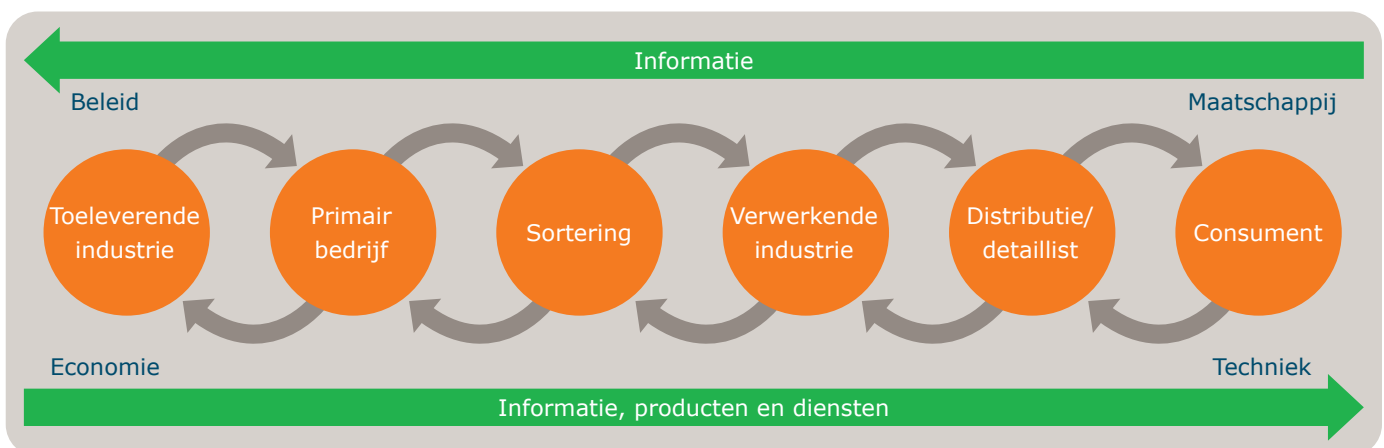
Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen

www.wur.nl/bbc



Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen (BBC) is een driejarige bacheloropleiding waarbij het spanningsveld tussen de producent en consument centraal staat. De *productieketen* is een belangrijke focus in de studie en wordt bekeken vanuit twee verschillende invalshoeken: *bedrijfswetenschappen* en *consumentenwetenschappen*. Hieronder zie je de productieketen. Binnen de opleiding bekijken we de gehele keten, inclusief de eindgebruiker

van de producten/ diensten: de consument. Van links naar rechts gaan informatie, producten en diensten door deze keten. Vanuit de rechterzijde vindt meer en meer informatie overdracht plaats binnen de keten. De productieketen staat niet op zichzelf, zo zie je terug dat haar omgeving (beleid, maatschappij, economie en techniek) invloed op haar heeft. Dit alles maakt onderdeel uit van de opleiding.



BBC in aantallen

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Gestart	177	169	145	123	137	128
Uitval	8	13	12	7	3	-
Negatief bindend advies (<36 ECTS)	0	1	8	3	-	-
Keuze voor de specialisatie wordt in december gemaakt:						
Consument	46%	41%	47%	44%	57%	-
Bedrijf	54%	59%	53%	56%	43%	-
Man	49%	50%	54%	52%	47%	54%
Vrouw	51%	50%	46%	48%	53%	46%

Meer weten?

Ga naar www.wur.nl/bbc. Hier lees je meer over de opleiding, onze studenten, afgestudeerden en de mogelijkheid om een dagje mee te lopen (in een groep of individueel).

Specialisatie Bedrijf

Bij de specialisatie Bedrijf ligt de focus op het leren aansturen van diverse bedrijfsprocessen. Plannen, organiseren, leidinggeven en evalueren zijn belangrijke taken van de manager om ervoor te zorgen dat het bedrijf zijn doelen behaalt. De productieketen is hierbij ook heel erg belangrijk. Je bekijkt de hele keten, dus van beginproduct tot het moment waarop de consument het eindproduct in de winkel kan kopen. Om efficiënt te werken is het bijvoorbeeld handig om de diverse stromen, zoals de informatie- en financiële stroom te volgen binnen de gehele keten. Kortom, bij de specialisatie Bedrijf is je taak vooral om te zorgen dat het bedrijf goed loopt.

Strategisch denken



Een bedrijf moet staan als een huis en werken als een geoliede machine. Hieraan ten grondslag liggen een heleboel strategische beslissingen, zowel op management gebied als marketing gebied.

Efficiënt werken



Bedrijven beschikken over veel informatie. Hoe ga je als bedrijf goed om met technologische ontwikkelingen? Ook de logistieke organisatie achter alle werkzaamheden is belangrijk voor de bedrijfsvoering.

Financiële analyse

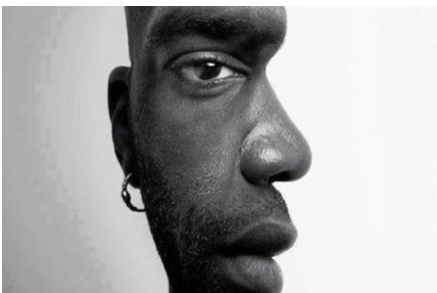


Als bedrijf moet je uiteraard ook een goed kosten-baten plaatje hebben. Het is daarom belangrijk om financieel inzicht te verkrijgen en een goede afweging te maken van je risico's als bedrijf.

Specialisatie Consument

Bij de specialisatie Consument houd je je bezig met de manier waarop consumenten keuzes maken. De 'waarom' vraag wordt veel gesteld. Dus bijvoorbeeld: waarom kiest de consument voor Coca-Cola in plaats van AH-cola, waarom worden producten zoals Mars en Snickers vaker bij de kassa verkocht dan in het algemene schap? Je gaat in op thema's als lifestyle en (koop)gedrag. Daarnaast ga je bij deze specialisatie in de vraag, hoe de producent het beste kan inspelen op de wensen van de consumenten, zodat het product of de dienst nog aantrekkelijker wordt. Kortom, bij de specialisatie Consument ligt de focus op de wensen en het koopgedrag van consumenten.

Individuele beslissingen



We willen weten hoe informatie-verwerking en beslissingsprocessen in de hersenen van mensen verlopen. Bovenstaande afbeelding verandert niet, maar toch zien mensen hier verschillende dingen.

Invloed van de omgeving



Vanuit sociologisch en economisch perspectief kijken we naar omgevingsfactoren die mensen beïnvloeden. Welke invloed heeft bijvoorbeeld je leeftijd of geslacht, maar ook als deze kenmerken gelijk zijn kunnen keuzes verschillen: waarom?

Productgebruik door de consument



Ook waarneming via andere zintuigen dan je ogen (denk aan geur, geluid, smaak en mondgevoel), speelt een rol bij het maken van keuzes. Deze aspecten maken vervolgens deel uit van je ervaringen met een product of merk.
