

Vak: Marketing 2

credits: 2

Vakcode BKVH9MKT2
Naam Marketing 2
Studiejaar 2020-2021
ECTS credits 2
Taal Nederlands
Coördinator CONVERSIE

Werkvormen Werkcollege
Toetsen Marketing 2 - - Opdracht

Leeruitkomsten

LO1: Studenten kunnen voor organisaties een online marketing strategie formuleren;
LO2: Studenten kunnen het goede begrip van online consumentengedrag aantonen;
LO3: Studenten kennen het onderscheid tussen traditionele en online marketing;
LO4: Studenten kunnen hun begrip van online analytics en het effect daarvan op de performance van organisaties demonstreren.

PLU's:

PLU4: De BKM'er identificeert en analyseert (internationale) ontwikkelingen in de omgeving van een organisatie die van invloed (kunnen) zijn op het functioneren van de organisatie en vertaalt deze naar de organisatie met besef van maatschappelijke verantwoordelijkheid.
PLU5: De BKM'er adviseert vanuit een ondernemende en creatieve houding strategische alternatieven en innovatieve oplossingen voor problemen van organisaties ter verbetering en vernieuwing van hun bedrijfsprocessen.

Inhoud

Marketing 2, met als focus Online Marketing, bereidt studenten voor op een toekomst waarin organisaties waarin zij stagelopen en / of waarvoor zij gaan werken een steeds groter deel van hun marketing activiteiten online uitrollen. Daartoe komen de basisbegrippen en de vergelijking met traditionele marketing aan bod en geven studenten tastbaar blijk van theoretisch en praktisch begrip van online analytics, online strategie en de effecten daarvan op de performance van organisaties.

Opgenomen in opleiding(en)

Bedrijfskunde

School(s)

Instituut voor Bedrijfskunde