

Vak: Marketing en consumentengedrag

credits: 3

Vakcode	CELP20MCG
Naam	Marketing en consumentengedrag
Studiejaar	2022-2023
ECTS credits	3
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra

Werkvormen	Individueel
Toetsen	Marketing en consumentengedrag - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- **KOERS BEPALEN;** De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.
- **WAARDE CREËREN ;** De CE'er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.
- **BUSINESS DEVELOPMENT;** De CE'er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.
- **REALISEREN;** De CE'er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiële stakeholders. De CE'er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.

21th-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

Student:

- kan de stappen van het marketingproces benoemen en uitleggen hoe deze vier stappen de basis vormen voor een marketingplan.
- kan de toegevoegde waarde van een product of dienst uitleggen.
- kan per instrument van de marketingmix:
 - Definitie en kenmerken geven
 - Doelstellingen en kengetallen opstellen
 - Tactische beslissingen formuleren
 - Strategische beslissingen formuleren.
 - Zich een voorlopig oordeel vormen over de relatie kosten/opbrengsten vanwege deze instrumenten
- kan een analyse maken van de marketingmix en deze vertalen in sterke en zwakte punten voor de organisatie.
- kan een klantprofiel benoemen en uitwerken.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

Tijdens dit vak behandelen we de theorie marketing en de klant. De kern van marketing is het opbouwen van duurzame klantrelaties op basis van klantwaarde en klanttevredenheid en uiteindelijk klantloyaliteit. Tijdens de lessen gaan we in op het begrip marketing en maken we kennis met de instrumenten van de marketingmix; prijs, product, plaats en promotie en hoe de onderlinge relaties tussen deze instrumenten moeten zijn in het optimaliseren van de klantwaarde. Daarnaast kijken we naar het koopgedrag van consumenten en bedrijven en welke factoren dit gedrag beïnvloeden. De customer journey is een weergave van de contactmomenten tussen de klant en het bedrijf en van wat een klant doet en ervaart tijdens het oriënteren, kopen en gebruiken van een product of dienst. We behandelen de customer journey om zo inzicht te krijgen in het effectief en efficiënt inzetten van de marketinginstrumenten.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op de blackboard site van CE-du of de blackboard course.

- kan uitleggen hoe een bedrijf de customer journey kan opstellen en gebruiken om inzicht te krijgen in het effectief en efficiënt inzetten van de marketinginstrumenten.
- kan de factoren benoemen die het koopgedrag beïnvloeden en welke invloed ze hebben.
- kan het koopbeslissingsproces beschrijven en uitwerken.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal Bachelor

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.