

Vak: ALO Marketing

credits: 5

Vakcode	CELP21ALO2
Naam	ALO Marketing
Studiejaar	2022-2023
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra

Werkvormen	Individueel
Toetsen	BCN 2 - Computer, organisatie ToetsCentrum Onderzoek 2 - Overige toetsing Toepassen theorie 2 - Overige toetsing

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:

De student:

1. kan de visie, missie en strategie van het bedrijf achterhalen en helder beschrijven
2. kan theoretische modellen en uitgangspunten uit het vak "Marketing en -consumentengedrag" toepassen om over de organisatie een oordeel te vormen
3. weet hoe klanten kunnen worden opgedeeld in segmenten en kan van een segment een persona maken
4. kan een eenvoudige customer journey uitwerken op basis van klantonderzoek
5. kan de marketingmix en de gegevens uit het klantonderzoek analyseren en op basis hiervan een advies uitbrengen
6. werkt het advies en de aanbeveling uit in een implementatieplan

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

In de ALO Marketing ga je als groep de marketingmix van een bedrijf in kaart brengen, beschrijven en analyseren. Om de klantwaarde en klanttevredenheid van klanten te meten breng je de klantgroepen en customer journey van het bedrijf in kaart. Het doel van deze opdracht is om de waardepropositie van het bedrijf te vergelijken met de klantervaringen en aanbevelingen te doen richting het bedrijf om de klantwaarde te verhogen.

Het onderzoek omvat de volgende onderdelen:

- Een beschrijving van het bedrijf, waarbij de visie, missie en strategie in kaart wordt gebracht.
- Een beschrijving van de marketingmix van het bedrijf (product, prijs, plaats en promotie).
- Een vergelijking van de marketingmix van het bedrijf met de concurrentie.
- Het in kaart brengen van de doelmarkten/segmenten van het bedrijf
- Het onderzoeken van de ervaringen en tevredenheid van de klanten van het bedrijf
- Het in kaart brengen van de customer journey van één of meerdere segmenten
- Het vergelijken van de marketingmix/waardepropositie van het bedrijf met de wensen en behoeften van de klant
- Het geven van advies aan het bedrijf hoe ze door inzet/aanpassing van de marketingmix de klantwaarde kunnen vergroten
- Het maken van een kort implementatieplan van een advies voor één instrument van de marketingmix

Studiemateriaal:

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

7. kan de uitkomsten van het onderzoek en de conclusies en aanbevelingen op een aansprekende en overtuigende wijze presenteren

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.