Hanzehogeschool Groningen
University of Applied Sciences

Vak: Merkmanagement credits: 2

Vakcode	CEVB18MKM
Naam	Merkmanagement
Studiejaar	2022-2023
ECTS credits	2
Taal	Nederlands
Coördinator	B.M. Spijker
Werkvormen	Hoorcollege
Toetsen	Merkmanagement - 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.

21st-century skills:

- Commercieel bewustzijn
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student kan:

- uitleggen wat het strategische belang van een merk(positionering) is binnen het vakgebied marketing;
- de bouwstenen voor het bepalen van een merkpositionering benoemen die onderzocht moeten worden om de huidige situatie van een merk te analyseren (behoeften en waarden, merkimago, merkidentiteit, inclusief daarbij horende modellen, criteria en onderzoekstechnieken) en deze ook kunnen toepassen in een bestaande case;
- op basis van een merkanalyse en de vier merkwetten een positioneringsstrategie beoordelen en (her)formuleren in een bestaande case;
- de verschillende niveaus en uitbreidingsmogelijkheden binnen een merkarchitectuur benoemen en deze aan de hand van verschillende criteria (voor- en nadelen) beoordelen en toepassen in een bestaande case;
- in een bestaande case de implicaties van een positioneringsstrategie vertalen in consistente keuzes op tactisch niveau (zoals de marketingcommunicatie van een campagne).

Inhoud

Niveau:
Verdiepend

Inhoud:
Door toenemende concurrentie- en mediadruk en de verschuiving van de macht richting consumenten en tussenhandel is het voor veel organisaties steeds belangrijker zich te onderscheiden. De laatste jaren wordt er dan ook in toenemende mate geïnvesteerd in merkmanagement, oftewel branding. Bij het vak merkmanagement gaan we in op de betekenis van merken. Wat is een merk en uit welke bouwstenen is een merkpositionering opgebouwd? Welke stappen zijn daarin te onderscheiden en wat zijn belangrijke voorwaarden, zoals relevantie, onderscheidend vermogen en consistentie? Hoe onderzoek je de kracht van een merk? Een hoe vertaal je vervolgens de gekozen positionering naar binnen en naar buiten toe: in marketingcommunicatie, merkarchitectuur, merknamen en huisstijl en internal branding? In de lessen oefenen we met praktijkcasussen en een analyse/presentatie over een zelfgekozen merk.

Studiemateriaal:
Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: Hanze.nl/CE of Hanze.nl/JCA of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MSM

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.