

Vak: Leerlijn Marketing 5

credits: 5

Vakcode	CEVB21JCAMKT5
Naam	Leerlijn Marketing 5
Studiejaar	2023-2024
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	K.H. Rozema

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Leerlijn Marketing 5 - Schriftelijk, eigen organisatie

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:

1. Globaal de organisatie en het marketingvraagstuk, inclusief de afbakening ervan, beschrijven en een managementvraag formuleren;
2. Het onderzoek afbakenen en de centrale vraag en deelvragen formuleren;
3. Een conceptueel model maken en één of meer modellen toepassen voor de beantwoording van alle deelvragen;
4. Een onderzoekmodel maken;
5. Het onderzoekmodel uitwerken in een juiste steekproeftrekking en juiste vragenlijst.

Inhoud

Niveau:

Tactisch

Inhoud:

In periode 1 van jaar 2 richten we ons op een marketingvraagstuk en om dit door te vertalen naar een Onderzoek opzet. Dit betekent het vertalen van een probleem in een managementvraag, centrale vraag en de deelvragen. En vervolgens bepalen welke theoretische modellen en onderzoeksmodellen heb je nodig om zaken boven tafel te krijgen. Dit sorteert voor op de stage en op het marketingvraagstuk (afstuderen), op hoe je marketingvraagstukken kan onderzoeken en hoe je tot oplossingen kunt komen (de aanpak)

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: [Hanze.nl/JCA](https://hanze.nl/JCA) of de blackboard course.

Bij de Cruyff Academy werken we met online programma BUKU, een soort Spotify voor leerboeken. Al onze voorgeschreven literatuur is hierin ondergebracht

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Johan Cruyff Academy

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

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.