

Vak: Domein Marketing 4

credits: 5

Vakcode	CEVP22MCM MKT4
Naam	Domein Marketing 4
Studiejaar	2023-2024
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	J.K. Hoekstra

Werkvormen	Opdracht
Toetsen	Marketingcommunicatie / opdracht - Overige toetsing Project - de beurs - 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.
- **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.

21st-century skills:

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

Leeruitkomsten:

Beurs

- De student kan door middel van het BMC-model een basismarketingplan voor een organisatie maken op basis van onderzochte marktkansen
- De student kan actiematige doelstellingen formuleren en een verband leggen met de benodigde marketingcommunicatie-, verkoopactiviteiten en/of digitale marketing
- De student is in staat (verkoop)kansen te zien, te benutten en uit te werken in concrete (verkoop)activiteiten
- De student kan de benodigde activiteiten planmatig uitvoeren volgens de PDCA-cyclus
- De student is in staat om samen te werken en te reflecteren op zijn eigen handelen

Marketingcommunicatie

- de student kent de (samenhang tussen) onderdelen van marketingcommunicatieplanning en begrijpt de functie ervan ten opzichte van organisatie- en marketingdoelstellingen
- de student begrijpt de relatie tussen merkidentiteit, positionering en
- de student is in staat een eenvoudig campagneplan te ontwikkelen en kan de gemaakte keuzes onderbouwen
- de student is in staat de positionering en communicatiedoelstellingen te vertalen in consistente en effectieve creatieve communicatiemiddelen en content

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud

"Klantcontact in de praktijk" is het thema van project blok 4. Je richt een organisatie op om een product of dienst te verkopen voor de consumentenmarkt. Het project eindigt in week 7 met een zinderende afsluiting in het Atrium. Hier kan je op een beurs laten zien of je de beste en opvallendste stand hebt gebouwd, over een aantrekkelijk aanbod beschikt voor de bezoekers en effectieve promotieactiviteiten hebt uitgevoerd om bezoekers te trekken.

In jaar 1 heb je ook gekozen voor een major. Als MCM-student maak je in blok 4 een start met de major Marketingcommunicatie. Een major waarin je toewerkt naar bijvoorbeeld een rol als (online) communicatiemedewerker, content marketeer of 'brand manager'. In de eerste blokken heb je al een beetje kennism gemaakt met marketingcommunicatie, ofwel de p van promotie, als onderdeel van de marketingmix. Nu ga je meer de diepte in. Je leert over de opbouw van een communicatieplan en over de rol van merkstrategie voor je communicatie. Je maakt kennis met belangrijke begrippen in de marketingcommunicatietheorie. Daarnaast ga je natuurlijk ook praktisch aan de slag. Je voert daarvoor een opdracht uit die gekoppeld is aan het project '[Beurs](#)'.

Voor de MCM-opdracht werk je in de rol van 'communicatiemedewerker' toe naar een geslaagde beurs. Met de opgedane kennis ontwikkel je een **campagneplan en alle benodigde communicatiemiddelen**. Daarnaast maak je voor het beursproject een **videocommercial**.

Studiemateriaal:

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

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)

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.