Vak: Businessmarketing en sales management — credits: 5

Vakcode	CELB22BSM
Naam	Businessmarketing en sales management
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	W.H.T. Uitslag
Werkvormen	Hoorcollege
Toetsen	Businessmarketing en sales management - 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 potentiele 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 kan:

1. het DAKMAD-model of ander model toepassen voor het weergeven van tactische en operationele marketingkeuzes
2. de tactische en operationele marketingkeuzes onderbouwen m.b.v. de analyses (huidige situatie), de doelstellingen (gewenste situatie) en eerder genomen beslissingen op een hoger niveau (strategische kaderen strategische keuzes)
3. De strategie van een bedrijf vertalen naar een concreet business plan incl. verdienmodel op langere termijn.
4. een campagne- en eventplan schrijven daar waar nodig
5. het proces van uitvoeren, evalueren en terugkoppelen van concrete verbeterpunten benoemen en uitvoeren
6. operationele verkoopvraagstukken (voor zowel binnen- als buitendienst) succesvol oplossen
7. salesforcating, budgetting en opbrengstentargetting uitvoeren

Inhoud

Niveau:
Inleidend

Inhoud:
In dit vak houd je je bezig met de executie van je strategie. Weet dat dit semester en specifiek dit vak NIET gaat over reproduceren van kennis maar het effectief toepassen van kennis in een rapportage c.q. projectaanpak voor de onderneming waar je werkt. De student werkt op basis van een gekozen strategie m.b.v. DAKMAD-model de executie verder uit. Bij de executie wordt specifiek aandacht besteed aan (persoonlijke) verkoop.

Studiemateriaal:
Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet of Brightspace.

8. de acquisitiecyclus (leadgeneratie, prospectkwalificatie, orderrealisatie en klantretentie) opzetten en uitvoeren

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

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.