Vak: Leerlijn Marketing 12 — credits: 5

Vakcode	CEVB22JCAMKT12
Naam	Leerlijn Marketing 12
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	B. Volders
Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Leerlijn Marketing 11 - 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 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 marketing events bedenken
De student kan deze marketing events verantwoorden door keuzes te onderbouwen
De student is in staat op basis van Input, throughput, output events uit te werken
De student is in staat om deze events kort en krachtig te presenteren aan de general manager

Inhoud

Niveau:
Strategisch

Inhoud:
In dit vak ga je aan de slag met het bedenken van marketing events om het bedrijf (fictief bedrijf: De case die je ook bij onderzoek gebruikt) weer toekomst te geven. Marketing event bedenken is enerzijds een creatief proces en anderzijds moeten de keuzes wel onderbouwd worden met feitelijke informatie uit betrouwbare bronnen. Het uitwerken van deze marketingevents vormt een belangrijk onderdeel waarbij we kijken naar wat gaan we doen (throughput), waar moet dat toe leiden (output) en wat gaat het kosten. De ROI bepalen dus. Dit wordt uiteindelijk besproken met de general manger van het bedrijf. Dus je moet de events kunnen presenteren en en als een hbo-marketeer het gesprek aan kunnen gaan met een general manager.

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