Vak: Leerlijn Marketing 1 credits: 5

Vakcode	CEVP20JCAMKT1
Naam	Leerlijn Marketing 1
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	B. Volders
Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Leerlijn Marketing 1 - 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 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:

Leerdoelen
1. De definitievorming van marketing en in het bijzonder sportmarketing schematisch kunnen weergeven

2. De sportmarkt in beeld kunnen brengen aan de hand van doelgroepen, breedtesportbeoefenaar en topsportmarkt

3. Het koopbeslissingsproces in het algemeen kunnen beschrijven en in het bijzonder voor de actieve – en passieve sport consument

5. De theorie van de externe omgeving op macro -, meso niveau kunnen toepassen op een casus

Inhoud

Niveau:
Operationeel

Inhoud:
We richten ons bij Sportmarketing 1 in periode 1 van het eerste jaar op de externe omgeving. Waarbij we beginnen met een inleiding op het vakgebied marketing, sport en sportmarketing.

Studiemateriaal:
Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet of Brightspace.
Bij de Cruyff Academy werken we met het programma BUKU, dit is een soort spotify voor leerboeken. In deze omgeving staan alle voorgeschreven literatuur. Er wordt gebruik gemaakt van verschillende boeken.

6. Kan een idee (product/dienst) uitwerken in een concept (bijvoorbeeld met de 4P's

7. Kan theorie/modellen als eerste twee taken van de marketing, effectuation, Business Model Canvas uitleggen in relatie tot ondernemerschap

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Johan Cruyff Academy

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.