Vak: Domein Marketing 1 — credits: 5

Vakcode	CEVP21MKT1
Naam	Domein Marketing 1
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	P. Bosma

Werkvormen	Opdracht
Toetsen	Marketing 1 / externe omgeving - Computer, organisatie ToetsCentrum Project / externe omgeving - Overige toetsing

Leeruitkomsten

De student kan:
(Marketing 1)

- benoemen welke twee hoofdtaken marketing volgens Verhage heeft
- benoemen uit welke zes aspecten het marketingconcept volgens Verhage bestaat en hoe het marketingconcept zich ontwikkelt
- de theorie van de macro-, meso- en micro-omgeving toepassen op een bestaande praktijkcasus
- de vijf fasen uit het koopbeslissingsproces van een consument beschrijven en uitleggen welke factoren van invloed zijn op dit proces
- de drie verschillende vormen van consumentenkoopgedrag beschrijven
- schetsen hoe het proces van segmenteren, doelgroepbepaling en positionering verloopt en waarom dat van belang is
- de verschillende vormen van en theorieën over marktbewerkingsstrategieën benoemen en uitleggen
- de verschillende onderdelen van (internationale) marketingplanning benoemen en uitleggen

De student kan:
(Project)

- een onderzoeksplan maken voor een onderzoek over de externe omgeving
- de ontwikkelingen in de externe omgeving die relevant zijn voor de bedrijfstak beschrijven en daar een oordeel over geven
- de externe omgeving analyseren en concluderen of daarin nog kansen zijn voor een organisatie
- overtuigend en in goed Nederlands aanbevelingen in een advies verwerken
- vragen van externen over de aanbevelingen en de onderbouwing daarvan, met betrekking tot het marktonderzoek mondeling goed beantwoorden

Inhoud

Niveau:
Inleidend

Inhoud

In dit eerste project van je opleiding commerciële economie aan de Hanzehogeschool Groningen dien je als projectgroep (van ongeveer 5/6 studenten) de externe omgeving te beschrijven van een markt voor een bestaand product. Op basis van deze beschrijving kom je met een aantal kansen en bedreigingen die een rol zullen spelen bij een eventuele toetreding tot deze markt. Door een aantal mijlpalen te maken leg je de basis voor een eindadvies. De mijlpalen zijn de bouwstenen en dus de onderbouwing van je advies. Om de mijlpalen te kunnen halen zul je de theorie van verschillende vakken, met name marketing, moeten toepassen.

Gedurende zeven weken zijn drie aaneengesloten uren gepland voor Marketing. Het weekonderwerp geintroduceerd en er worden opdrachten gemaakt en besproken over de stof. Dit betekent dat je je voorafgaand aan het college ingelezen hebt en opdrachten voorbereid hebt. Niet alleen handig voor je marketingkennis, maar ook voor het halen van je marketingtoets en het project. Alles wat je tijdens deze zeven weken leert, pas je toe in de opdrachten met als doel: een gedegen project uitvoeren en knallen tijdens het marketingtentamen.

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

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)
Commerciële Economie Major Digital Marketing (DIM)
Commerciële Economie Major Marketing and Sales Management

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.