Vak: Domein Marketing 2 — credits: 5

Vakcode	CEVP21MKT2
Naam	Domein Marketing 2
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	P. Bosma
Werkvormen	Opdracht
Toetsen	Marketing 2 / interne omgeving - Computer, organisatie ToetsCentrum Marketing 2 / MS-Excel - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

Marketing 2 - Interne omgeving:
De student kan:

- uitleggen waar de verschillende S'en uit het 7S-model voor staan en wat je met het model kunt
- uitleggen welke organisatorische aspecten belangrijk zijn in een marktgerichte organisatie en in hoeverre deze een sterkte of zwakte zijn
- met de juiste maatstaven de effectiviteit van het marketingbeleid beoordelen
- de diverse dimensies van een product analyseren vanuit een marketingoptiek
- het ontwikkelingsproces van nieuwe producten begrijpen
- de factoren die van invloed zijn op prijsbepaling bepalen
- de factoren die de kanaalkeuze beïnvloeden bepalen
- de distributiekengetallen uitrekenen en interpreteren
- uitleggen welke criteria de promotiemix bepalen en welke promotiemiddelen er zijn
- uitleggen wat de voor- en nadelen zijn van de middelen reclame, direct marketing en sales promotion

MS-Excel:
Door het behalen van deze leeruitkomst is de student in staat om op een bekwaam niveau te werken met Microsoft Excel in de context van commerciële economie. De student kan efficiënt gegevens beheren, formules en functies toepassen, en gegevens analyseren en presenteren met behulp van grafieken en draaitabellen. Deze vaardigheden stellen de student in staat om data-gedreven besluitvorming te ondersteunen, zakelijke problemen op te lossen en waardevolle bijdragen te leveren in verschillende zakelijke functies waar Excel een cruciaal hulpmiddel is.

Inhoud

Inhoud:

Marketing 2 - Interne omgeving:
De opdracht van het Project in blok 2 luidt voor elke groep: analyseer en beschrijf een organisatie op hun marktgerichtheid m.b.v. het 7S-model en de marketingmix en adviseer fictief de organisatie over het verbeteren van de geconstateerde sterktes en zwaktes van de organisatie.
De project opdrachten en -mijlpalen sluiten aan bij deze Projectopdracht evenals de opdrachten van het vak Marketing. Aan de hand van de project opdrachten en -mijlpalen bouw je een portfolio op die je aan de eindopdracht toevoegt. De project opdrachten en -mijlpalen kun je vinden in de map Weekplanning en opdrachten.
De opdrachten en uitwerking geven altijd speelruimte voor eigen interpretatie.
- uitleggen wat de voor- en nadelen zijn van de middelen reclame, direct marketing en sales promotion

MS-Excel:
Tijdens dit vak ligt de focus op het ontwikkelen van praktische vaardigheden voor het efficiënt en effectief gebruiken van Excel voor dataorganisatie, -analyse en -presentatie.

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.