Vak: Marketing communicatie — credits: 5

Vakcode	ORVB25MKC
Naam	Marketing communicatie
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	A.J. Spriensma
Werkvormen	Practicum / Training
Toetsen	Marketing communicatie Groepsopdracht - Overige toetsing Marketing communicatie Individuele toets - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Competenties:

- Waardecreatie: creëert duurzame en commerciële waarde gericht op de wensen en behoeften van klanten en overige stakeholders. De student zorgt dat de campagneboodschap consistent is en bijdraagt aan de positionering en merkwaarde.
- Samenwerken & Netwerken: levert in groepsverband een actieve en inhoudelijk bijdrage aan de beoogde resultaten en het groepsproces en kan dit ook aantonen. De student stimuleert feedback en dialoog binnen de projectgroep en met de externe partners of relaties om de campagne te verbeteren en aan te passen.
- Communiceren: communiceert en presenteert overtuigend tijdens groepspitches en draagt bij aan het helder en effectief overbrengen van de kernboodschap van de communicatiecampagne. De student draagt bij aan de opzet van diverse communicatiemiddelen, afgestemd op de doelgroep om de boodschap te versterken.

Leeruitkomsten:

De student:

- beschrijft, analyseert en ontwikkelt samen met anderen voor zijn studentenbedrijf of een bestaand bedrijf een gerichte communicatiecampagne met middelen, die de kernwaarden en de marketingdoelstelling van het (student)bedrijf aantikken. Dit doet de student voor een specifiek communicatievraagstuk en gebruikt daarbij het model uit het voorgeschreven boek samen met de aangeboden theorie.
- maakt bij de uitwerking van de communicatiecampage en de groepspitch voor het (studenten)bedrijf gebruik van correct en klantgericht Nederlands en houdt rekening met de tone of voice van de doelgroep.
- kan individueel in een schriftelijke toets keuzes uitleggen en beargumenteren voor de gekozen communicatiecampagne en het bijbehorende individueel uitgewerkte middel en weet daarbij individueel vragen te beantwoorden vanuit de theorie van het boek.

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

Je gaat met je studentenbedrijf of voor een bestaand bedrijf aan de slag met het ontwikkelen van een communicatiecampagne. Met de verschillende stappen in het boek leer je hoe je toewerkt naar een gerichte communicatiecampagne, van een analyse, naar een opzet en de ontwikkeling voor een specifieke marketingcommunicatiedoelstelling. Je werkt daarnaast individueel een communicatiemiddel uit als groepslid, afgestemd op de door de groep bepaalde marketingcommunicatiedoelstelling en doelgroep. Om hiermee de boodschap van de communicatiecampagne van het (student)bedrijf te versterken. Thema's waarvan uit je werkt: keuze doelgroep, marketingcommunicatiedoelstelling, ontwikkelen (content)strategie en keuze voor positionering, een sterk merk neerzetten, creatief concept (moodboard), content - of communicatiemix, inzetten van (social) media, storytelling en huisstijl.

Studiemateriaal:

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

Instapvoorwaarden:

Verplicht onderdeel voor studenten opleiding/major ORM

Kosten:

Zie de boekenlijst op intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Ondernemerschap & Retail 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.