Vak: Strategische Marketing — credits: 5

Vakcode	ORVB25STM
Naam	Strategische Marketing
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	A. Onrust

Werkvormen	Practicum / Training
Toetsen	Strategische Marketing Opdracht SMA - Overige toetsing Strategische Marketing Opdracht SMO - Overige toetsing Strategische Marketing Theorietoets 1 SMA - Computer, organisatie ToetsCentrum Strategische Marketing Theorietoets 2 SMO - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:
De leeruitkomsten voor dit studieonderdeel zijn afgeleid van de opleidingsleeruitkomsten.

De ondernemende professional / professionele ondernemer (samen met anderen in een vastgestelde context) ...

Onderzoekend vermogen
1. ...zet een secundair onderzoek voor een onderneming op en voert deze uit volgens de geijkte methoden.
2. ...interpreteert onderzoeksresultaten voor het formuleren en beoordelen van een marketingstrategie van een onderneming.
3. ...denkt kritisch en toont een kritische houding.
4. ... inventariseert kansen, bedreigingen, sterktes en zwaktes en confronteert deze onderling om strategische aandachtspunten te genereren.
5. ... is in staat complexe, wetenschappelijke kennis te verwerven en interpreteren ten gunste van een praktijkgericht onderzoek .

Analytisch vermogen
1. ...onderscheidt hoofd- en bijzaken.
2. ...haalt uit informatiesystemen data die relevant zijn voor de bedrijfsvoering.

Waardecreatie
1. ... benut kansrijke strategische aandachtspunten.
2. ... creëert een samenhangende, strategische en tactische implementatie en houdt daarbij rekening met de wensen en behoeften van diverse stakeholders.
3. ... kent veel-gebruikelijke marketingstrategische methoden en technieken, en gebruikt deze bij het formuleren en terugkoppelen van strategische oplossingen.

Inhoud

Niveau:
Verdiepend

Inhoud:
In het vak Strategische Marketing maak je een verdiepende slag op het (her)ontwikkelen van de langetermijn blik voor een onderneming. Een goed plan voor de langetermijn geeft houvast en sturing aan de onderneming voor middenlange en kortetermijn.

Om succesvolle beslissing te kunnen maken op strategisch en tactisch gebied is 1) goed praktijkgericht onderzoek en 2) waardevolle, strategische kennis nodig:

1) Je wordt in dit vak getraind in het strategische marketingplanningsproces, waarbij een sterke interne en externe analyse voor nodig is. Dit leidt uiteindelijk tot een SWOT-analyse en een uitwerking van de strategie met bijpassende tactische implementatie voor een onderneming.

2) Om een goede implementatie te kunnen formuleren wordt je ook getraind in de meest relevante (wetenschappelijke) marketingstrategieën, die helpen bij het creëren van succesvolle ondernemingen.

Voor het onderzoek en de implementatie krijg je een kennistoets, waarna je deze verworven kennis gaat toepassen in een vastgestelde casus.

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.