Vak: Basis Marketing — credits: 5

Vakcode	ORVP25MKT
Naam	Basis Marketing
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	P. Markandu
Werkvormen	Practicum / Training
Toetsen	Basis Marketing - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Competenties:

- Waardecreatie: creëert duurzame en commerciële waarde gericht op de wensen en behoeften van klanten en overige stakeholders. Hij doet dat op basis van ontwikkelingen in de (inter)nationale omgeving.

Leeruitkomsten:

1. De student begrijpt wat marketing is en kan de basisconcepten (zoals behoeften, wensen, vraag en waardepropositie) uitleggen en toepassen in eenvoudige scenario's.
2. De student kan uitleggen hoe klantgerichtheid en waardecreatie centraal staan in marketing en deze concepten koppelen aan praktijkvoorbeelden.
3. De student kent de verschillende marketingoriëntaties (productie-, product-, verkoop-, marketing- en maatschappelijke marketingoriëntatie) en kan deze onderscheiden aan de hand van historische en moderne voorbeelden.
4. De student begrijpt de invloed van de micro- en macro-omgeving op marketingbeslissingen en kan voorbeelden noemen van externe factoren die marketingstrategieën beïnvloeden.
5. De student kent de 4 P’s (Product, Prijs, Plaats en Promotie) en kan deze toepassen bij de analyse van een eenvoudige marketingstrategie.
6. De student kan uitleggen hoe ruil en relatiebeheer centraal staan in marketing en kan voorbeelden geven van hoe bedrijven klantloyaliteit opbouwen.
7. De student begrijpt het proces van marketingplanning en strategieontwikkeling en kan dit koppelen aan begrippen zoals segmentatie, targeting en positionering.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

Basis marketing is een specifieke manier van kijken naar de marketing in de context van organisaties. Tijdens dit vak gaan jullie je verdiepen in de externe en interne kant oftewel de macro, meso en micro omgeving van een organisaties. Dit zal gedaan worden vanuit een bedrijfs perspectief.
Onder andere komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Basisprincipes van marketing
- De marketingmix (4P’s)
- Consumentengedrag
- Segmentatie, targeting en positionering
- Basisprincipes van marktonderzoek
- Introductie tot digitale marketing
- Retailstrategieën en klantbeleving in fysieke en online winkels

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.