

Opleiding

Toegekend diploma

Bachelor of Science

Programmaduur

48 maanden

ECTS credits

240

Niveau eindkwalificatie

Bachelor

Vorm

Voltijd

Taal

Engels

School

Instituut voor Business,
Marketing en Finance

Locaties

Groningen

Marketing Management

Programmabeschrijving

Om de geïntegreerde competenties op het gebied van marketing, sales, organisatie en communicatie te realiseren, is de marketing student pragmatisch en beschikt hij over goede communicatieve en sociale vaardigheden. Zowel zelfstandig als in samenwerking met anderen kan hij problemen oplossen, een marketing- en businessplan opstellen, dit op professionele wijze presenteren en andere mensen aansturen. Hij beheerst de belangrijkste methoden van marktonderzoek en beschikt over een uitgebreide kennis van en inzicht in ICT. Tevens bezit hij vaardigheden om deze kennis te vertalen naar activiteiten op strategisch, tactisch en operationeel niveau. Brede economische kennis, ondersteund door managementvaardigheden, vormt de basis voor zijn inzichtelijk handelen in uiteenlopende bedrijfssituaties. Hij kan snel een juiste inschatting maken van de persoon of onderneming waarmee hij te maken heeft. Tot zijn persoonlijke bagage behoren: ambitie, doorzettingsvermogen, resultaatgerichtheid, visie, collegialiteit, stressbestendigheid, internationale oriëntatie en goed functionerend, zowel autonoom als in groepsverband. Hij kan op basis van deze kwaliteiten wensen en behoeften van klanten snel, op correcte wijze en succesvol vertalen naar strategisch commercieel beleid en operationeel handelen.

CE – Major Marketing Management

Marketing staat centraal bij de richting Marketing Management. Marketing is een denkwijze. De marketing student leert uit te gaan van de 'wensen van de klanten' en de behoeften van de markt. De wensen worden vertaald naar een concreet product of een concrete dienst. Bij Marketing Management leer je alles over het vermarkten van producten en de wijze waarop dat zo effectief en efficiënt mogelijk kan.

Leeruitkomsten

Het programma rust de student uit met de vereiste leeruitkomsten van een professional op het gebied van marketing. Dit zijn:

- **KOERS BEPALEN;** De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.
- **WAARDE CREËREN ;** De CE'er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.
- **BUSINESS DEVELOPMENT;** De CE'er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.
- **REALISEREN;** De CE'er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiële stakeholders. De CE'er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.

Programma

Marketing Management

credits

Year 1 Marketing Management	60
□ Block 1: Marketing in a global world	15
▫ CIVP24FOM - Fundamentals of Marketing	5
▫ CIVP19IPA1 - Integrated Project Assignment 1	5
▫ CIVP23PI1 - Professional Identity 1	5
□ Block 2: Marketing and Communication	15
▫ CIVP24OCM - Omnichannel Marketing	5
▫ CIVP19IPA2 - Integrated Project Assignment 2	5
▫ CIVP23PI2 - Professional Identity 2	5
□ Block 3: Working the Markets	15
▫ CIVP24MBE - Marketing in the Business Environment	5
▫ CIVP20IPA3 - Integrated Project Assignment 3	5
▫ CIVP23PI3 - Professional Identity 3	5
□ Block 4: Customer Relations	15
▫ CIVP24MAS - Marketing and Sales	5
▫ CIVP19IPA4 - Integrated Project Assignment 4	5

▫ CIVP23PI4 - Professional Identity 4	5
Year 2 Marketing Management	60
▫ Block 5: Consumer Behaviour	15
▫ CIVB23CSB - Consumer Behaviour - Research	5
▫ CIVB20IPA5 - Integrated Project Assignment 5	5
▫ CIVB21SKI5 - Professional Skills 5	5
▫ Block 6: Marketing in a Digital World	15
▫ CIVB20OCM - Omnichannel Marketing	5
▫ CIVB20IPA6 - Integrated Project Assignment 6	5
▫ CIVB20SKI6 - Professional Skills 6	5
▫ Block 7: Marketing Planning	13
▫ CIVB22MKA - Marketing Analysis	5
▫ CIVB20IPA7 - Integrated Project Assignment 7	5
▫ CIVB20SKI7 - Professional Skills 7	3
▫ Block 8: International Marketing	12
▫ CIVB20STM - Strategic Marketing	5
▫ CIVB20IPA8 - Integrated Project Assignment 8	5
▫ CIVB21SKI8 - Professional Skills 8	2
▫ Elective Year 2	5
<i>één van de onderstaande onderdelen</i>	
▫ Elective Innovation Lab	5
▫ CIVB24INL - Innovation Lab	5
▫ Elective Change Management	5
▫ CIVB20CHM - Change Management	5
Year 3 Marketing Management	60
▫ Block 9 and 10: Work Placement	30
▫ CIVB21DOC - Baseline Document	3
▫ CIVB21WPR - Report Company Assignment	24
▫ CIVB22PIWP - Professional Identity Work Placement	3
▫ Blocks 11 and 12: Minor by choice	30
<i>vrije keuzeruimte</i>	
Year 4 Marketing Management	60
▫ Block 13: Marketing Electives 1	5
▫ CIVB22PIA - Professional Identity Advanced	5
▫ Block 13 Elective 1	5
<i>één van de onderstaande onderdelen</i>	
▫ Elective Communications and Visualisation	5
▫ CIVB22CAV - Communications and Visualisation	5
▫ Elective Dot, dot, dot Marketing	5
▫ CIVB24DDD - Dot, dot, dot Marketing	5
▫ Elective Strategic Sales	5
▫ CIVB22SAL - Business Development	5
▫ Block 13 Elective 2	5
<i>één van de onderstaande onderdelen</i>	
▫ Elective Communications and Visualisation	5
▫ CIVB22CAV - Communications and Visualisation	5
▫ Elective Dot, dot, dot Marketing	5
▫ Elective Strategic Sales	5
▫ CIVB22SAL - Business Development	5
▫ Block 14: Marketing Electives 2	5
▫ CIVB22PFP - Preparations Final Projects	5
▫ Block 14 Elective 1	5
<i>één van de onderstaande onderdelen</i>	
▫ Elective Start-up, scale-up, grow-up	5
▫ CIVB22SSG - Start-up, scale-up, grow-up	5
▫ Elective Smart Marketing	5
▫ CIVB22SMM - Smart Marketing	5
▫ Elective Consumer Psycholoy & Behavior	5
▫ CIVB22CPB - Consumer Psychology & Behavior	5
▫ Block 14 Elective 2	5
<i>één van de onderstaande onderdelen</i>	
▫ Elective Start-up, scale-up, grow-up	5
▫ CIVB22SSG - Start-up, scale-up, grow-up	5
▫ Elective Smart Marketing	5
▫ CIVB22SMM - Smart Marketing	5
▫ Elective Consumer Psycholoy & Behavior	5
▫ CIVB22CPB - Consumer Psychology & Behavior	5
▫ Blocks 15 and 16: Graduation	30

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.