Hanze

Opleiding

Toegekend diploma
Bachelor of Science

Programmaduur
48 maanden

ECTS credits
240

Niveau eindkwalificatie
Bachelor

Vorm
Voltijd

Taal
Engels

School
Ondernemen, Communicatie & Marketing

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 potentiele 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.

21st-century skills

Het programma versterkt de vaardigheden van de student op het gebied van:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Programma

Marketing Management	**credits**
Year 1 Marketing Management	60
Block 1: Marketing in a global world	*15*
CIVP26FOM - Fundamentals of Marketing	*5*
CIVP26MES - Market Entry Strategy	*10*

- Block 2: Customer-centric marketing *15*
  - CIVP26DCEE - Digital customer experience and ethics *5*
  - CIVP26CCMC - Customer-centric marketing campaign *10*
- Block 3: Marketing and Innovation *10*
  - CIVP26PRD - Product Development *10*
- Language *5*

  één van de onderstaande onderdelen
  - Language Non-Dutch-speaking students (Mandatory) *5*

    één van de onderstaande onderdelen
    - Dutch Language and Culture A1 *5*
      - LCK25DUTA1 - Dutch Language and Culture A1 *5*
  - Language Dutch-speaking students (choose 1 foreign language) *5*

    één van de onderstaande onderdelen
    - Academic English *5*
      - LCK25AENG1 - Academisch Engels B2 *5*
    - German A2 *5*
      - LCK25DUI1 - Duitse Taal en Cultuur A2 *5*
    - French A1 *5*
      - LCK25FRE1 - Franse Taal en Cultuur A1 *5*
    - Italian A1 *5*
      - LCK25ITA1 - Italiaanse Taal en Cultuur A1 *5*
    - Spanish A1 *5*
      - LCK25SPA1 - Spaanse Taal en Cultuur A1 *5*
    - Spanish A2 *5*
      - LCK25SPA2 - Spaanse Taal en Cultuur A2 *5*
- Block 4: Sales & Entrepreneurship *15*
  - CIVP26SES - Sales & Entrepreneurship *15*

Year 2 Marketing Management 60

- Block 5: Consumer Behaviour *15*
  - CIVB25IPA5 - Integrated Project Assignment 5 *5*
  - CIVB25UCB - Understanding Consumer Behaviour *5*
  - CIVB25QRS - Quantitative Research Skills *5*
- Block 6: Marketing in a Digital World *15*
  - CIVB25OCM2 - Omnichannel Marketing 2 *5*
  - CIVB20IPA6 - Integrated Project Assignment 6 *5*
  - CIVB26PI5 - Professional Identity 5 *5*
- Block 7: Marketing Planning *13*
  - CIVB22MKA - Marketing Analysis *5*
  - CIVB20IPA7 - Integrated Project Assignment 7 *5*
  - CIVB26PI6 - Professional Identity 6 *3*
- Block 8: International Marketing *12*
  - CIVB20STM - Strategic Marketing *5*
  - CIVB20IPA8 - Integrated Project Assignment 8 *5*
  - CIVB26PI7 - Professional Identity 7 *2*
- Elective Year 2 *5*

  één van de onderstaande onderdelen
  - 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*
  - CIVB26DOC - Start Document *3*
  - CIVB26ASS - Report Company Assignment *24*
  - CIVB26PIWP - Professional Identity Work Placement *3*
- Blocks 11 and 12: Minor by choice *30*

  vrije keuzeruimte

Year 4 Marketing Management 60

- Block 13: Marketing Electives 1 *5*
  - CIVB22PIA - Professional Identity Advanced *5*
- Block 13 Elective 1 *5*

  één van de onderstaande onderdelen
  - Elective Communications and Visualisation *5*
    - CIVB22CAV - Communications and Visualisation *5*
  - Elective Dot, dot, dot Marketing *5*
    - CIVB24DDD - Dot, dot, dot Marketing *5*
  - Elective Business Development *5*
    - CIVB22SAL - Business Development *5*

- Block 13 Elective 2 — *5*

  één van de onderstaande onderdelen

  - Elective Communications and Visualisation — *5*
    - CIVB22CAV - Communications and Visualisation — *5*
  - Elective Dot, dot, dot Marketing — *5*
    - CIVB24DDD - Dot, dot, dot Marketing — *5*
  - Elective Business Development — *5*
    - CIVB22SAL - Business Development — *5*
- Block 14: Marketing Electives 2 — *5*
  - CIVB22PFP - Preparations Final Projects — *5*
- Block 14 Elective 1 — *5*

  één van de onderstaande onderdelen

  - 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 & Behaviour — *5*
    - CIVB22CPB - Consumer Psychology & Behavior — *5*
- Block 14 Elective 2 — *5*

  één van de onderstaande onderdelen

  - 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 & Behaviour — *5*
    - CIVB22CPB - Consumer Psychology & Behavior — *5*
- Blocks 15 and 16: Graduation — *30*
  - CIVB19AO - Graduation Project — *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.