

## Vak: Klant en Markt

credits: 4

|                     |                |
|---------------------|----------------|
| <b>Vakcode</b>      | CEMP20KEM      |
| <b>Naam</b>         | Klant en Markt |
| <b>Studiejaar</b>   | 2020-2021      |
| <b>ECTS credits</b> | 4              |
| <b>Taal</b>         | Nederlands     |
| <b>Coördinator</b>  | H.J. Pijbes    |

|                   |                                                              |
|-------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Werkvormen</b> | Hoorcollege<br>Werkcollege                                   |
| <b>Toetsen</b>    | Klant en Markt - Schriftelijk, organisatie<br>tentamenbureau |

### Leeruitkomsten

#### Opleidingscompetenties:

- 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.

#### Leeruitkomsten:

De student:

- is in staat om te bepalen welke gegevens nodig zijn voor een eenvoudige interne analyse kan aan de hand van deze gegevens een overzicht maken van sterktes en zwaktes van de onderneming;
- is in staat om trends te signaleren uit de Macro-omgeving met behulp van de DESTEP- methode;
- kan een concurrentieanalyse opstellen;
- is in staat om het relevante marktsegment te definiëren aan de hand van een aantal kenmerken;
- kan vanuit de verkregen resultaten uit 3.1.2 de student de belangrijkste kansen en bedreigingen benomen die kunnen optreden vanuit de externe omgeving;
- is in staat om de kansen en bedreigingen te koppelen aan de sterktes en zwaktes van de onderneming;
- is in staat om middels een online onderzoek kansen te benoemen en de keuze daarbij te onderbouwen. Dit kan nationaal of internationale kansen betreffen;
- kan het klantprofiel benoemen;
- kan de toegevoegde waarde van het product of dienst uitleggen;
- kan marktkansen vertalen in smart geformuleerde doelstellingen op het gebied van omzet, winstbijdrage, volume, kosten over een periode van één jaar;
- een actieplan te maken waarin aangegeven wordt welke actie door welke persoon wanneer wordt verricht;
- is in staat om de effecten incl. risico's van elke actie te verwoorden, liefst zo smart mogelijk.

### Inhoud

#### Niveau:

Inleidend

#### Inhoud:

De student heeft inzicht in theorie over de verschillende marktvormen, trends, klantprofielen, concurrentievormen en kan deze toepassen voor een concrete casus.

#### Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op de blackboard site van CE-dt of de blackboard course.

#### Bijzonderheden:

Klant en markt bestaat uit 2 tentamens en een bijdrage aan de eindopdracht.

### Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd Bachelor

### School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management

share your talent. move the world.