

Vak: Marketingcommunicatie

credits: 5

Vakcode	CEVB20MKC
Naam	Marketingcommunicatie
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	B.M. Spijker

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Commerciële vaardigheden: adviesgesprek - Overige toetsing Marketingcommunicatie 2 Groepsopdracht - Overige toetsing Marketingcommunicatie 2 Toets - Computer, organisatie tentamenbureau

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- **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.
- **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.

21st-century skills:

- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Commercieel bewustzijn
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten onderdeel Marketingcommunicatie:

De student kan:

- een onderbouwd marketingcommunicatiejaarplan opstellen op basis van een analyse van de huidige marketingcommunicatie van een MKB-bedrijf;
- communicatie- en mediadoelgroepen onderscheiden en SMART communicatiedoelstellingen opstellen;
- de kenmerken benoemen van verschillende marketingcommunicatie-instrumenten en hierbij effectieve mediatypen selecteren (online & offline, owned, paid en earned);
- de aanbodmatrix, positioneringsstrategieën voor communicatie en grondvormen voor communicatie benoemen en toepassen bij effectieve mediakeuze;
- belangrijke mediaselectiecriteria als bereik, dekking, Umfeld, binding en pacing uitleggen en toepassen;
- een afweging maken tussen kosten en effectiviteit bij mediakeuze.

Leeruitkomsten onderdeel Commerciële Vaardigheden - adviesgesprek:

De student kan:

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

Marketingcommunicatie:

Bedrijven hebben steeds meer mogelijkheden om potentiële en huidige klanten te benaderen met hun aanbod. De keuze aan marketingcommunicatie-instrumenten en media is overweldigend. Tegelijkertijd strijden talloze aanbieders om de aandacht van de consument. Hoe zorg je voor als bedrijf dat je onderscheidend bent en je je doelgroep op het juiste moment, via het juiste kanaal 'raakt' met je boodschap?

Bij het vak marketingcommunicatie verdiep je je in de keuzes voor instrumenten en media om communicatiedoelstellingen bij de gewenste doelgroep te realiseren. Over dekking, bereik, contactfrequentie, push & pull media, en het efficiënt besteden van communicatie- en mediabudget. De theorie pas je toe in een praktijkopdracht voor een MKB-bedrijf in de regio, waarvoor je de huidige inzet van marketingcommunicatie-instrumenten en media beschrijft en analyseert en een marketingcommunicatieplan maakt voor een effectievere inzet.

Commerciële Vaardigheden - adviesgesprek:

Adviseren is een vak. Een vak waarin je kennis nodig hebt van het product, je klant, het doel dat je wilt bereiken en kennis van gespreks- en onderhandelings technieken. Omdat je zelf het promotie-instrument bent, is het ook noodzakelijk dat je weet hoe jij overkomt op mensen, welk beeld je oproept en op welke manier je invloed uitoefent. Daarnaast is adviseren (het verkopen van een advies) een vaardigheid, die je vooral leert door veel te oefenen. Bij adviesvaardigheden leer je de basisvaardigheden voor het verkoop/adviesgesprek en de opbouw ervan. Na de eerste bijeenkomst oefen je in vier inhoudelijke trainingen onder leiding van twee coaches, intensief de onderdelen van het verkoop/adviesgesprek.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: Hanze.nl/CE of Hanze.nl/JCA of de blackboard course.

Instapvoorwaarden:

Propedeuse gevolgd.

Bijzonderheden:

Dit is een vervolg op het vak marketingcommunicatie uit jaar 1, periode 4

- de opbouw en fasering van een verkoop/adviesgesprek benoemen en dit toepassen;
- effectief omgaan met weerstand;
- effectieve onderhandelingen voeren;
- reflecteren op professioneel gedrag.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management

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.