

Vak: Marketingplanning analyse

credits: 4

Vakcode	CEVB20MPA
Naam	Marketingplanning analyse
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	4
Taal	Nederlands
Coördinator	J. Hummel

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Case (groep) - Overige toetsing Toets marketingplanning (individueel) - 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 bruggebouwer die zowel kennis als mensen verbindt.

21th-century skills:

- Commercieel bewustzijn
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student kan:

- Een ongestructureerd en niet specifiek probleem vertalen in een specifiek geformuleerde probleemstelling, centrale onderzoeksvraag en deelvragen;
- Gegevens uit de interne en externe omgeving genereren met behulp van secundair en primair onderzoek (hierbij gaan we uit van de eerder opgedane competenties uit blok 5);
- Het strategisch kader van een organisatie beschrijven, analyseren en aanpassen;
- De externe omgeving beschrijven, analyseren en conclusies trekken in de vorm van kansen en bedreigingen;
- De interne omgeving beschrijven, analyseren en conclusies trekken in de vorm van sterktes en zwaktes;
- Verschillende marketingmodellen, concepten en/of (nieuwe) theorieën correct toepassen;
- Algemene wetmatigheden in de marketing gebaseerd op onderzoek verzamelen en op waarde beoordelen;
- Een plan van aanpak opstellen en uitvoeren voor het vinden van een opdrachtgever;
- Een onderzoeksopzet maken ter voorbereiding van het uitvoeren van primair en secundair onderzoek
- Primair en secundair onderzoek uitvoeren.

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

In dit studieonderdeel staat het eerste deel van het marketingplanningsproces centraal. In jaar 1 ben je bezig geweest met operationele planning en uitvoering voornamelijk op het speelveld van marketing 1.0. In jaar 2 is daar het tactische planningsniveau aan toegevoegd en hebben we naast marketing 1.0 ook marketing 2.0 (online) daar aan toegevoegd. In jaar 3 gaan we het strategische niveau daaraan toevoegen en breiden we het speelveld uit met marketing 3.0 maar ook met CRM en internationalisering. We focussen ons daarbij vooral op het maken van analyses en keuzes, waarbij de nadruk in dit blok vooral op de analyses ligt.

Studiemateriaal:

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

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major DIM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MSM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management