

Vak: Marktverkenning - Marketing 1

credits: 2

Vakcode	CEVP19MKT1	Werkvormen	Hoorcollege
Naam	Marktverkenning - Marketing 1		Werkcollege
Studiejaar	2020-2021	Toetsen	Marktverkenning - Marketing 1 - Computer, organisatie tentamenbureau
ECTS credits	2		
Taal	Nederlands		
Coördinator	-		

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.

21st-century skills:

- Commercieel bewustzijn
- Nieuwsgierigheid

Leeruitkomsten:

De student kan:

- benoemen uit welke 6 aspecten het marketingconcept volgens Verhage bestaat;
- minimaal 3 vormen van deskresearch en 3 vormen van field research benoemen en de voor- en nadelen van elke genoemde vorm uitleggen;
- de theorie van de macro-, meso- en micro-omgeving toepassen op een casus;
- de 5 fasen uit het koopbeslissingsproces van een gemiddelde consument beschrijven en uitleggen welke factoren van invloed zijn op dit proces;
- de 3 verschillende vormen van koopgedrag van Howard & Sheth beschrijven;
- schetsen hoe het proces van segmenteren verloopt en waarom dat van belang is.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

In het onderdeel marketing beginnen we met de vraag wat marketing nu precies is. Daarna gaan we dieper in op marktonderzoek (ook vanwege het project). Daarna gaan we dieper in op het in kaart brengen van de externe omgeving. Zowel op macro- als op een aantal onderdelen van het meso-niveau: de klanten (consument) en concurrenten. Ook gaan we in op segmentatie en positionering.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: Hanze.nl/CE 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