

Vak: Markteting 2 en Organisatiekunde

credits: 4

Vakcode	CEVP19MOR
Naam	Markteting 2 en Organisatiekunde
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	4
Taal	Nederlands
Coördinator	B. Volders

Werkvormen	Hoorcollege Projectonderwijs Werkcollege
Toetsen	Marketing 2 en Organisatiekunde - 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.

21st-century skills:

- Commercieel bewustzijn
- Nieuwsgierigheid

Leeruitkomsten:

De student:

- begrijpt de invulling van de marketingorganisatie;
- kan de diverse marktwerkingstrategieën en positioneringstrategieën benoemen;
- kan beschrijven wat er onder marketingcommunicatie verstaan wordt;
- kan de rol en mogelijkheden van reclame begrijpen;
- kan de werking van direct marketing (DM) beschrijven;
- kan de werking van sales promotion (SP) beschrijven;
- kan de keuzes bij internationale marketingplanning uitleggen;
- kan onderzoeken en analyseren welke ontwikkelingen zich binnen een organisatie spelen;
- kan relaties tussen verschillende afdelingen in hun samenhang beoordelen;
- kan effectiviteit van afdelingen beschrijven en beoordelen;
- kan een organisatieanalyse maken toegespitst op de omgevingsfactoren;
- kan een organisatie met behulp van het 7S-model analyseren, toepassen en beschrijven;
- kan een strategiemodel toepassen, beschrijven en presenteren;
- kan de organisatiestructuur van verschillende soorten organisaties beschrijven;
- kan een organisatie beschrijven als een systeem;
- kan de verschillende processen in een organisatie afstemmen op elkaar;
- kan het hrm-beleid, afgeleid van de bedrijfsstrategie, beschrijven en analyseren;
- kan de verschillende leiderschapsstijlen beschrijven;
- kan de verschillende leiderschapsstijlen toepassen op eigen mogelijkheden;
- kan alle kerncompetenties van een onderneming beschrijven;
- kan alle kerncompetenties van een onderneming toepassen in de praktijk;
- kan de invloed van de bedrijfscultuur beschrijven en analyseren;
- kan een bedrijfscasus op basis van het 7S-model analyseren, beschrijven en toepassen.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

In het onderdeel marketing gaan we in dit blok allereerst dieper in op de interne organisatie van de marketingfunctie. Daarna gaan we in op de verdere uitwerking van de P van Promotie, inclusief een stuk sales en Direct marketing. Afgesloten wordt met het onderdeel internationale marketing.

In dit onderdeel Organisatiekunde leren studenten wat een organisatie is. Na een inleiding in organisaties wordt achtereenvolgens stil gestaan bij plannen, organiseren (o.a. met basisconfiguraties van Mintzberg), leiding en beheersing. Het laatste onderdeel betreft het in kaart brengen van de verschillende processen en functionele gebieden in een organisatie. Studenten dienen dit zelf in hun projectgroep voor te bereiden, uit te werken en te presenteren.

Studiemateriaal:

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

Kosten:

Zie de boekenlijst op de intranet pagina van je opleiding onder Praktische Zaken.

Bijzonderheden:

Informatie over organisatiekundeboek volgt

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

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.