

Vak: Marketingcommunicatie en Sales

credits: 2

Vakcode	CEVP20MCS
Naam	Marketingcommunicatie en Sales
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	2
Taal	Nederlands
Coördinator	K.H. Rozema

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Marketingcommunicatie - Overige toetsing Sales - Overige toetsing

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.

21st-century skills:

- Communicatief
- Commercieel bewustzijn
- Nieuwsgierigheid

Leeruitkomsten:

De student:

- kent de opbouw, de fasen van het salesgesprek
- kan een verkoopgesprek goed voorbereiden;
- is in staat verbinding te krijgen met gesprekspartner;
- kan met vraagtechnieken achter de behoeften komen van de klant;
- kan een oplossing met overtuiging brengen door de oplossing te onderbouwen met argumenten
- kan een gesprek met succes afsluiten;
- kent het verschil tussen een marketingdoelgroep en een communicatiedoelgroep;
- kent de verschillende marketingcommunicatiemiddelen en weet welke geschikt zijn om marketingdoelstellingen te realiseren;
- is in staat een geschikte communicatiemix te ontwikkelen op basis van een gegeven thema en kan de gemaakte keuzes in middelen en media onderbouwen;
- weet wat een cross mediaal-mediaplan is;
- weet de samenhang tussen online en offline marketingcommunicatie-middelen;
- kent de belangrijkste wetgeving rond communicatie en is zich bewust van ethische grenzen van marketingcommunicatie;
- is in staat om samen te werken en te reflecteren op zijn eigen handelen.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

Communicatie is eigenlijk een voorstel, een belofte. De belofte van dit onderdeel is een inspirerende en overzichtelijke inleiding in de theorie en praktijk van het vakgebied communicatie. De nadruk ligt hierbij op marketingcommunicatie

Communicatie is effectief als het systematisch wordt aangepakt en daarom krijgt het opstellen van een marketingcommunicatieplan – keuze doelgroepen, doelstellingen, boodschap, strategie, communicatiemix – veel aandacht. Onderwerpen als, merkontwikkeling, communicatie voor diensten en online marketingcommunicatie passeren de revue. Context voor het praktijkgedeelte is de organisatie van een consumentenbeurs. Je leert jezelf doelen stellen, leert middelen effectief in te zetten om gestelde doelen te bereiken. Daarop word je afgerekend en daarvoor word je beloond.

Centraal in dit blok staat het individuele (verkoop)gedrag. Tijdens dit blok zal duidelijk worden dat gedrag een keuze is. Als coaches zullen we de meeste aandacht schenken aan het gedrag, verbaal en non-verbaal. Dit gedrag is waarneembaar tijdens de workshops, de demonstraties, de eindgesprekken, maar ook tijdens een informeel 'onderonsje' op de gang. Heb jij de Gun-factor?

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 MSM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management