

Vak: Bedrijfscommunicatie Nederlands 5

credits: 2

Vakcode	CEVB15BCN5
Naam	Bedrijfscommunicatie Nederlands 5
Studiejaar	2021-2022
ECTS credits	2
Taal	Nederlands
Coördinator	W.A.M. van Schie

Werkvormen	Opdracht Werkcollege
Toetsen	Bedrijfscommunicatie Nederlands 5 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- **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:

- Creativiteit
- Communicatief
- Commercieel bewustzijn

Leeruitkomsten:

De student:

- kent de belangrijkste onderdelen van een reactie-op-klachtbrief, productbeschrijving (+ positionering + communicatiedoelstellingen + slogans), persona en Direct Mailing (DM) (verkoopbrief/-e-mail en folder, en eventueel envelop) en promotiewebpagina;
- kan een doelgroepgerichte, overtuigende en wervende klachtenbrief en reactie-op-klachtbrief, DM en promotiewebpagina opstellen, waarbij hij de drie onderdelen van de DM (verkoopbrief/e-mail, folder en eventueel envelop) qua vorm en inhoud goed op elkaar laat aansluiten én op de webpagina; kan een passende productbeschrijving en persona opstellen.

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

Studenten leren commerciële teksten schrijven op basis van een echte casus (Sportcentrum Leek). Het gaat om het creëren van effectieve, overtuigende (marketing)communicatiemiddelen op tactisch niveau.

Veel bedrijven zoeken direct contact met potentiële en huidige klanten met een passend aanbod, online en offline. Allemaal zijn ze uit op een reactie. Hun acties zijn effectief als klanten een bestelling plaatsen, geïnteresseerden informatie aanvragen of zich inschrijven voor een nieuwsbrief, of als zakelijke prospects een afspraak willen maken voor een gesprek. Een Direct Mailing (DM) is voor de particuliere én de zakelijke markt een veelgebruikt instrument, dat zowel offline (DM per post) als online (e-mailing) is in te zetten. Bij bedrijfscommunicatie bekwamen de studenten zich verder in het overtuigend, verleidelijk en doelgroepgericht schrijven. Studenten MSM schrijven een DM-campagne voor de zakelijke markt, studenten MCM schrijven voor de consumentenmarkt. DIM-studenten mogen kiezen. Het klantgericht schrijven van een effectieve DM-campagne sluit aan bij de Integrale Opdracht voor het project.

Studiemateriaal:

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

Beoordeling:

Toetsing bestaat uit de beoordeling van het schrijfdossier met daarin alle opdrachten die in de werkcolleges aan bod zijn gekomen. De docent beoordeelt het schrijfdossier op volledigheid, het gebruik van correct Nederlands, overtuigingskracht en aantrekkelijkheid voor de doelgroep. Hiervoor is een beoordelingsformulier beschikbaar.

Bijzonderheden:

In vier schrijfpraktijkbijeenkomsten werken de studenten (in halve klassen) gericht aan hun schrijfvaardigheden aan de hand van schrijfoopdrachten voor een schrijfdossier. In de werkcolleges maken de studenten een begin met de schrijfoopdrachten, die ze vervolgens thuis afmaken en aan het schrijfdossier toevoegen. De schrijfoopdrachten zijn zoveel mogelijk inhoudelijk relevant voor en sluiten aan bij de Integrale Opdracht van blok 6. De studenten leveren hun complete schrijfdossier aan bij de docent, die voor het eindcijfer enkele opdrachten gedetailleerd zal beoordelen en de rest gobaal.

Opgenomen in opleiding(en)

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

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

