# Vak: Operationele Marketing — credits: 5

| | |
|---|---|
| **Vakcode** | CEMB19OMK |
| **Naam** | Operationele Marketing |
| **Studiejaar** | 2026-2027 |
| **ECTS credits** | 5 |
| **Taal** | Nederlands |
| **Coördinator** | H.J. Pijbes |
| **Werkvormen** | Hoorcollege |
| **Toetsen** | Operationele Marketing - Computer, organisatie ToetsCentrum |

**Leeruitkomsten**

**Leeruitkomsten:**

Na afloop van deze cursus kan de student:

1. op analytische wijze de macro- en meso-omgeving in kaart brengen aan de hand van een casus, met gebruik van passende modellen;
2. aantonen de functionele gebieden van een onderneming te doorgronden en deze vertalen naar een analyse op microniveau, getoetst aan een casus (competentie 5);
3. binnen een marketingomgeving het kernissue van de onderneming bepalen en dit onderbouwen met geschikte modellen;
4. verschillende tactische opties formuleren, deze beargumenteerd afwegen en onderbouwen welke optie de voorkeur heeft, waarbij doelstellingen SMART worden geformuleerd.

**Inhoud**

**Niveau**:

Verdiepend

**Inhoud**:

De student laat zijn kennis zien op het gebied van analyse, strategie, tactiek en implementatie en kan het tactische marketingbeleid van een onderneming vertalen naar de marketingmix en een geïntegreerde tactische marketingcommunicatieplanning (zie gerelateerd vak). Daarnaast is de student in staat zijn eigen werkomgeving te analyseren en deze te verbinden aan de theorie, bijvoorbeeld door middel van newsletters.

**Studiemateriaal:**

Zie Brightspace of intranet.

**Opgenomen in opleiding(en)**

Commerciële Economie Deeltijd

**School(s)**

Ondernemen, Communicatie & Marketing

share your talent. move the world.

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.