Vak: Leerlijn Marketing 10 — credits: 5

Vakcode	CEVB22JCAMKT10
Naam	Leerlijn Marketing 10
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	K.H. Rozema
Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Leerlijn Marketing 10 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten

Na afloop van deze cursus kan de student:

Een marketinganalyse uitvoeren en de uitgangssituatie bepalen
De student voert een volledige marketing analyse uit op basis en komt op basis hiervan tot een onderbouwde uitgangssituatie voor het marketingadvies.
Een onderbouwd advies op organisatieniveau formuleren
De student stelt een marketingadvies op dat aansluit bij de organisatiecontext en onderbouwt dit met eigen onderzoek en theoretische inzichten.
Een doelgericht marketingadvies opstellen en onderbouwen
De student formuleert een marketingadvies dat bijdraagt aan de afgesproken marketingdoelstelling(en), en onderbouwt gemaakte keuzes met zelf verzamelde onderzoeksdata en relevante literatuur/theorie
Een implementatieplan opstellen
De student vertaalt het marketingadvies naar een concreet, haalbaar implementatieplan, inclusief planning & verantwoordelijkheden.

Inhoud

Inhoud

De eerste drie stappen van het marketingplanningsproces, het strategisch kader, de externe analyse en de interne analyse hebben we uitgevoerd in blok 9.
De marketing analyse, organisatie keuzes, marketing keuzes en de implementatie doen we nu in blok 10.
Waarbij in blok 9 het onderzoek de centrale vraag was, is nu de beantwoording van de managementvraag het uitgangspunt. Dit noemen we dan ook het advies. Maar uiteindelijk is het ook belangrijk om een advies te vertalen naar implementatie, en daarom maken we ook een implementatieplan.

- De student voert een SWOT-analyse uit op basis van de resultaten van eerdere interne en externe analyses (Marketinganalyse).
- De uitgangssituatie wordt vertaald naar advies op organisatorisch niveau.
- Marketingkeuzes worden uitgewerkt en onderbouwd met behulp van het DAKMAD-model op strategisch, tactisch en operationeel niveau.
- Het uitgewerkte marketingplan vormt een voorbereiding op het afstudeertraject, waarbij de student een breed marketingvraagstuk vertaalt naar onderzoek en advies.

Studiemateriaal
Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)
Commerciële Economie Major Johan Cruyff Academy

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.