Vak: Domein Marketing 5 credits: 5

Vakcode	CEVB22MKT5
Naam	Domein Marketing 5
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	D.A. van Wieren
Werkvormen	Hoorcollege Werkcollege
Toetsen	Consumentengedrag 5 - Overige toetsing PPG-skills 5 / interviewen en storytelling - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:
Na afloop van deze cursus kan de student:

Consumentengedrag
- Begrippen uit de theorie van consumentengedrag kennen;
- De diverse beïnvloeders van consumentengedrag begrijpen;
- Consumenteninzicht toepassen bij marketingbeslissingen;
- Consumentengedrag interpreteren en relevante marketingstrategieën ontwikkelen;
- Effectief inspelen op de behoeften en voorkeuren van consumenten en waardevolle bijdragen leveren aan marketing- en verkoopfuncties;
- Kennis maken met de schaduwzijde van consumeren en zich daartoe verhouden en beraden op de eigen rol in de toekomst

Probleemoplossing met storytelling
- Effectieve storytellingvaardigheden toepassen binnen commerciële economie;
- Boeiende verhalen ontwikkelen, aanpassen aan verschillende doelgroepen en kanalen;
- Storytelling inzetten als krachtige marketingtool om merkidentiteit op te bouwen, klantrelaties te versterken, marketingboodschappen over te brengen en problemen op te lossen.

Inhoud

Niveau:
Inleidend

Inhoud:
Consumentengedrag

Welke factoren beïnvloeden het gedrag van consumenten en hoe kun je dat gedrag sturen?
In 7 weken komen diverse thema's op het gebied van consumentengedrag/-psychologie aan bod in colleges**.**
Thema's als persoonlijkheid, lifestyle, waarneming, verandering van attitude, het effect van de sociale omgeving passeren de revue; ze zijn van invloed op consumentengedrag. Deze onderwerpen vind je dan ook in alle literatuur van het vak.
Tijdens de bijeenkomsten (en in de vorm van opdrachten) ga je daarmee actief aan de slag zodat je de theorie kunt toepassen. Het begrijpen en doorgronden van de consument is cruciaal voor een goede marketeer.

Waarom consumeren we zoveel? Wat is het effect van consumptie op de wereld om ons heen?
Daarnaast wordt ook gekeken naar de keerzijde van consumeren en beïnvloeding. Een kant die vaak onzichtbaar is voor consumenten. Voor economen van belang om ook die kant te kennen en je te beraden op je eigen rol als marketeer. Hoe verhoud jij je daartoe en wat betekent dat? Dit gebeurt via het organiseren van workshops over diverse onderwerpen door studenten (zoals fast fashion en overconsumptie).

Probleemoplossing met storytelling

Storytelling is tegenwoordig onmisbaar in marketing: mensen onthouden verhalen beter dan feiten of cijfers. Een corporate of brandstory communiceert wie je bent, waar je als organisatie voor staat, waar je vandaan komt en waar je naartoe gaat. Een goed verhaal creëert verbinding tussen het merk of de organisatie en de stakeholders. In deze module leer je technieken om een verhaal te vangen en te vertellen. Voor een zelfgekozen bedrijf los je een probleem op door middel van storytelling. In de laatste les presenteer je dit samen met je groep. De vorm van de eindopdracht is vrij: van een video tot een social media campagne.
Daarnaast schrijf je een persoonlijk verhaal over een gebeurtenis uit je leven die impact op je had. Dit verhaal lever je digitaal in bij je docent.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)
Commerciële Economie Major Digital Marketing (DIM)
Commerciële Economie Major Marketing and Sales Management

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

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.