Vak: Domein Professionele en persoonlijke groei 11 — credits: 5

Vakcode	CEVB23MCMPPG11
Naam	Domein Professionele en persoonlijke groei 11
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	M. Bulten
Werkvormen	Opdracht
Toetsen	PPG-skills 11 / Customer Relationship Management 11 - Overige toetsing PPG-skills 11 / majorspecifiek - Overige toetsing PPG-skills 11 / reflecteren 2 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten

Reflecteren 2

Na afloop van deze cursus kan de student:
- Zijn zelfregulerend vermogen benoemen, toepassen en hierop reflecteren.

CRM

Na afloop van deze cursus kan de student:
- De interne omgeving van een bedrijf beschrijven en analyseren in relatie tot klantfocus, en hieruit sterktes en zwaktes afleiden;
- Secundair bronnenonderzoek uitvoeren op basis van een database;
- Marketingbeleid ontwikkelen;
- Marketingbeleid uitvoeren;
- Zelfsturend werken met betrekking tot opdrachten.

MCM Vrije Ruimte

Na afloop van deze cursus kan de student:

- Persoonlijke leerbehoeften formuleren en deze vertalen naar SMART leerdoelen en een concreet actieplan;
- Actief leersituaties opzoeken, risico’s durven nemen en de comfortzone verlaten;
- Gedrag aanpassen op basis van feedback/feedforward en nieuwe inzichten;
- Bewijslast over het behalen van persoonlijke leerdoelen inzichtelijk en aantrekkelijk presenteren via een digitaal portfolio.

Inhoud

Niveau: 2

Inhoud:

Reflecteren 2
Tijdens dit vak volgt de student een van onderstaande vier workshops:
1. Workshop "Je binnenste buiten"
2. Workshop "Kleur bekennen"
3. Workshop "Slimmer schrijven"
4. Workshop " Slim werken met AI"

Tijdens een kick-off krijgt de student inhoudelijke informatie over de workshops en wordt verteld hoe de student zich online kan inschrijven voor de workshop van zijn/haar keuze.

CRM
Het vak CRM richt zich op het ontwikkelen van een diepgaand begrip van Customer Relationship Management (CRM) als zowel een strategische filosofie als een praktische werkwijze binnen organisaties. Studenten leren hoe klantgerichtheid en data-gedreven besluitvorming bijdragen aan duurzame klantrelaties. CRM wordt benaderd als een mindset én als marketinginstrument.
Daarnaast wordt klantgedrag concreet vertaald naar kansen voor optimalisatie van marketing, klantinteracties en bedrijfsprocessen.

Onderdeel MCM Vrije ruimte

Je bent nu al ruim over de helft van je studie. Je hebt allerlei kennis en ervaring opgedaan op het gebied van marketing en communicatie. Welke talenten van jezelf wil je nog beter ontwikkelen? Welke ervaring (of kennis) mis je nog en zou je graag nog willen opdoen? Wil je je creatieve skills aanscherpen, je verder verdiepen in AI of werken aan je soft skills zoals gespreksvaardigheden? Succesvolle professionals onderscheiden zich niet alleen met kennis, maar vooral door een flexibele, nieuwsgierige en leergierige houding. Door bewust te kiezen voor jouw eigen leerdoel investeer je in vaardigheden die jij nodig hebt om relevant en wendbaar te blijven in het werk.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Communication (MCM)

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.