

Vak: Domein Marketing 10

credits: 5

Vakcode	CEVB23MKT10
Naam	Domein Marketing 10
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	B.E. Kouwenhoven

Werkvormen	Opdracht Werkcollege
Toetsen	BCN 10 / schrijfdossier 1 - Overige toetsing Marketing 10 / marketingplanning; de keuzes - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Na afloop van deze cursus kan de student:

Marketingplanning - Keuzes

- Zelfstandig en op basis van eigen inzichten met behulp van o.a. de SWOT-analyse de huidige situatie, inclusief de verwachte resultaten bij ongewijzigd beleid vaststellen
- De gewenste situatie formuleren inclusief concrete doelstellingen
- Onderbouwde keuzes maken op strategisch organisatie niveau en op strategisch, tactisch en operationeel marketingniveau met daarbij ook aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen
- De operationele marketingkeuzes uitwerken in concrete implementatieplannen.

BCN

- Verschillende bedrijfsteksten herkennen en beoordelen en hun doel voor de interne en externe stakeholders benoemen;
- Doelgroep- en op de beroepspraktijk gerichte, relevante teksten voor organisaties schrijven in een passende (huis)stijl en volgens een heldere structuur: een corporate story, een corporate advertorial, een achtergrondartikel voor een relatiemagazine en een directiespeech.

Inhoud**Niveau:**

Niveau 3 voor beide onderdelen

Inhoud**Marketingplanning Keuzes**

Marketingplanning Keuzes vormt een vervolg op Marketingplanning Analyse uit blok 9. De analyses in blok 9 van de externe en interne omgeving hebben geleid tot conclusies. Deze vormen bij Marketingplanning Keuzes de basis voor het maken van samenhangende keuzes op strategische, tactisch en operationeel marketingniveau die uiteindelijk moeten leiden tot het behalen van de doelstellingen van de organisatie.

BCN - Bedrijfscommunicatie Nederlands

In blok 10 leer je onderbouwde keuzes maken op strategisch en tactisch niveau binnen organisatie en marketing. Bij Bedrijfscommunicatie Nederlands 10 schrijf je doelgericht over strategische onderwerpen, zoals de corporate story en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Je maakt vier individuele opdrachten: een corporate story, een corporate advertorial, een achtergrondartikel en een nieuwjaars- of halfjaarsspeech. Daarbij werk je aan argumentatie, schrijfstijl en vormgeving. Je levert een schrijfdossier in, dat voor twee vakcodes wordt beoordeeld, maar inhoudelijk één geheel vormt.

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