Vak: Domein Marketing 9 — credits: 5

Vakcode	CEVB23MKT9
Naam	Domein Marketing 9
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	B.E. Kouwenhoven
Werkvormen	Opdracht Werkcollege
Toetsen	Commercial accountability 9 - Computer, organisatie ToetsCentrum Marketing 9 / marketingplanning; de analyse - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

Na afloop van deze cursus kan de student:

Commercial Accountability

- Op basis van diverse calculatie methoden een beslissing nemen over de haalbaarheid van investeringen.
- Financiële overzichten zoals een balans, resultatenbegroting en liquiditeitsbegroting opstellen, interpreteren en beoordelen
- Op basis van financiele kengetallen een oordeel geven over de liquiditeit en solvabiliteit van een onderneming.
- Verdienmodellen doorrekenen en beoordelen op diverse aspecten: financieel, commercieel, organisatorisch en maatschappelijk.

Marketingplanning Analyse

- Zelfstandig en op basis van eigen inzichten kritische analyses uitvoeren van zowel de interne als externe omgeving.
- Op basis van deze analyses onderbouwde conclusies formuleren, zoals het identificeren van kansen, bedreigingen, sterktes en zwaktes.
- Het strategisch kader van een organisatie beschrijven, analyseren en waar nodig herformuleren.
- De externe en interne omgeving systematisch analyseren met behulp van relevante marketingmodellen, -concepten en (nieuwe) theorieën
- De analyses verwerken in een professioneel rapport en indien gevraagd daar vragen over kunnen beantwoorden.

Inhoud

Niveau:
Niveau 3 voor beide onderdelen

Inhoud Commercial accountability

In commercial accountability in blok 9 staat het onderbouwen van deze strategische keuzes centraal. Commercial Accountability betekent verantwoordelijkheid nemen voor commerciële activiteiten en daar verantwoording over afleggen. Het gaat om het onderbouwen en uitvoeren van commerciële en strategische beslissingen, inclusief de gemaakte investeringen.

Inhoud Marketingplanning Analyse

Een marketingplan bestaat globaal uit 2 delen, het eerste deel dat je volgt in blok 9 analyseer je de externe en interne omgeving in het tweede deel dat je volgt in blok 10 geef je op basis van die conclusies advies. In het vak Marketingplanning Analyse leer je hoe je de interne en externe omgeving van een organisatie zelfstandig en kritisch kan analyseren met behulp van diverse modellen, en hoe je deze analyses om kan zetten in duidelijke conclusies zoals kansen, bedreigingen, sterktes en zwaktes.

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

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.