

Vak: Domein Professionele en persoonlijke groei 11

credits: 5

Vakcode	CEVB23MSMPPG11	Werkvormen	Opdracht
Naam	Domein Professionele en persoonlijke groei 11	Toetsen	PPG-skills 11 / Customer Relationship Management 11 - Overige toetsing
Studiejaar	2026-2027		PPG-skills 11 / Key-account; disc-test - Overige toetsing
ECTS credits	5		PPG-skills 11 / reflecteren 2 - Overige toetsing
Taal	Nederlands		
Coördinator	M. Bulten		

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:****Reflecteren 2**

Na afloop van deze cursus kan de student:

- Zijn zelfregulerend vermogen benoemen, toepassen en hierop reflecteren.

DISC-test

Na afloop van deze cursus kan de student:

- De resultaten van de DISC-test interpreteren en toepassen binnen commerciële contexten.
- Inzicht krijgen in persoonlijkheidsdynamieken en communicatiestijlen van zichzelf en anderen.
- Effectief communiceren, samenwerken en bijdragen aan succesvolle teamdynamieken op basis van DISC-inzichten.

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.

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.

Disc-test

De student gaat aan de slag met vier gedragsstijlen: Dominantie, Invloed, Stabiliteit en Conformisme en zal leren hoe deze vertegenwoordigd zijn in hem/haarzelf en anderen.

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.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Sales Management

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing