

Vak: Leerlijn Marketing 3

credits: 5

Vakcode	CEVP20JCAMKT3
Naam	Leerlijn Marketing 3
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	K.H. Rozema

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Leerlijn Marketing 3 - Overige toetsing

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten**

Na afloop van deze cursus kan de student:

- De student kan de effectiviteit van (sport)marketingbeleid beoordelen aan de hand van relevante maatstaven.
- De student kan een product analyseren vanuit diverse (sport)marketingdimensies
- De student toont inzicht in het ontwikkelingsproces van nieuwe producten binnen een (sport)marketingcontext.
- De student kan factoren benoemen en toepassen die invloed hebben op prijsbepaling binnen de (sport)marketing.
- De student kan relevante factoren bepalen die de kanaalkeuze in (sport)marketing beïnvloeden.
- De student toont aan hoe online marketing kan inspelen op wensen en behoeften van een doelgroep.
- De student legt de relatie uit tussen online marketing en social media binnen een (sport)marketingstrategie.

Inhoud**Inhoud**

- Sportmarketing 3 staat in het teken van de marketing mix, de 4P's. Na de externe - en interne omgeving wordt nu gekeken naar de afstemming van de 4P's op doelgroepen, marketingbeleid. Zo worden de 4 P's een voor een uitgediept en gekeken naar de factoren die een rol spelen bij de afzonderlijke P's. Bij de P van promotie wordt naast offline marketing/promotie, ook gekeken, inleidend naar de online marketing/promotie.
- Invulling en verdieping van de marketingmix (4 P's: Product, Prijs, Plaats, Promotie).
 - Analyse van productdimensies vanuit een sportmarketingperspectief.
 - Inzicht in productontwikkelingsprocessen en prijsbepalingsfactoren.
 - Distributiekkanalen en bijbehorende kengetallen berekenen en interpreteren.
 - Integratie van de marketingmix in het marketingplanningsproces.

Studiemateriaal

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Johan Cruyff Academy

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing