

Vak: Domein Marketing 2

credits: 5

Vakcode	CEVP21MKT2	Werkvormen	Opdracht
Naam	Domein Marketing 2	Toetsen	Marketing 2 / interne omgeving - Computer, organisatie ToetsCentrum
Studiejaar	2026-2027		Marketing 2 / MS-Excel - Overige toetsing
ECTS credits	5		
Taal	Nederlands		
Coördinator	P. Bosma		

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:**

Na afloop van deze cursus kan de student:

Marketing 2 - Interne omgeving

- Uitleggen waar de verschillende S'en uit het 7S-model voor staan en hoe het model kan worden toegepast;
- Uitleggen welke organisatorische aspecten belangrijk zijn in een marktgerichte organisatie en beoordelen of deze een sterkte of zwakte vormen;
- De effectiviteit van marketingbeleid beoordelen met de juiste maatstaven;
- De diverse dimensies van een product analyseren vanuit een marketingperspectief;
- Het ontwikkelingsproces van nieuwe producten begrijpen;
- Factoren bepalen die van invloed zijn op prijsbepaling;
- Factoren bepalen die de kanaalkeuze beïnvloeden;
- Distributiekengetallen uitrekenen en interpreteren;
- Uitleggen welke criteria de promotiemix bepalen en welke promotiemiddelen beschikbaar zijn;
- Voor- en nadelen van reclame, direct marketing en sales promotion uitleggen.

MS-Excel

- Efficiënt werken met Microsoft Excel in de context van commerciële economie;
- Gegevens beheren, formules en functies toepassen;
- Gegevens analyseren en presenteren met grafieken en draaitabellen;
- Data-gedreven besluitvorming ondersteunen, zakelijke problemen oplossen en waardevolle bijdragen leveren in functies waarin Excel een cruciaal hulpmiddel is.

Inhoud**Inhoud:****Marketing 2 - Interne omgeving**

In blok 2 voer je in groepsverband een project uit waarbij je een organisatie analyseert en beschrijft op marktgerichtheid. Hiervoor gebruik je het 7S-model en de marketingmix. Op basis van je analyse geef je fictief advies over het verbeteren van de geconstateerde sterktes en zwaktes van de organisatie.

De projectopdrachten en -mijlpalen sluiten aan bij deze hoofdopdracht en bij de opdrachten van het vak Marketing. Aan de hand van deze opdrachten bouw je een portfolio op, dat je toevoegt aan de eindopdracht. De opdrachten en mijlpalen zijn te vinden in de map Weekplanning en opdrachten.

De uitwerkingen bieden altijd speelruimte voor eigen interpretatie, bijvoorbeeld bij het uitleggen van de voor- en nadelen van de marketingmiddelen reclame, direct marketing en sales promotion.

MS Excel

In dit vak ligt de focus op het ontwikkelen van praktische vaardigheden voor het efficiënt en effectief gebruiken van Excel voor dataorganisatie, -analyse en -presentatie.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

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