Vak: Domein Marketing 3 — credits: 5

Vakcode	CEVP21MKT3
Naam	Domein Marketing 3
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	P. Bosma

Werkvormen	Opdracht
Toetsen	Marketing 3 / online marketing - Overige toetsing Project / marketinggame - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:
Na afloop van deze cursus kan de student:

Marketinggame
- Een analyse maken van de marktgerichtheid van een (virtuele) organisatie en hierover een oordeel geven;
- Uitleggen wat de sterktes en zwaktes zijn van de organisatie in vergelijking met concurrenten;
- Toelichten welke keuzes zijn gemaakt ten aanzien van de marketingmix en deze onderbouwen met vaktermen;
- Een gedegen rapport opstellen conform de Voorschriften BCN;
- De uitgevoerde game en het opgestelde rapport mondeling toelichten en vragen beantwoorden;
- Efficiënt en effectief samenwerken en reflecteren op het samenwerkingsproces.

Online Marketing
- De verschillende elementen van het Business Model Canvas invullen en verwoorden, zodat het verdienmodel, de waardepropositie en de klantkanalen van de gekozen website inzichtelijk zijn;
- De online marketinginzet van de website onderbouwen aan de hand van de zes B's en de samenhang hiervan weergeven;
- Op basis van analyse evalueren welke variabelen uit de online marketing optimaal of suboptimaal zijn ingezet;
- Verbeteringen aangeven en de gewenste samenhang van online marketingmiddelen toelichten;
- Een praktische vertaling maken van retentiemarketing en SEO-optimalisatie en hiermee een aanbeveling voor de gekozen website formuleren.

Inhoud

Niveau:

1

Inhoud:
Projecten per blok
In elk blok voer je groepsprojecten uit waarbij je de kennis en vaardigheden uit alle vakken van dat blok integreert. De vakken ondersteunen het project en zijn essentieel voor het succesvol afronden ervan.

Blok 1: focus op de externe omgeving
- Blok 2: focus op de interne omgeving
- Blok 3: focus op de inzet van de marketingmix en het nemen van beslissingen

In blok 1 en 2 verzamel je kennis over de externe en interne marketingomgeving. Deze kennis gebruik je in blok 3 om keuzes te maken voor de marketingmix van een organisatie, het thema van het project. Hierbij staat de eerste kerntaak van de marketeer centraal: het in kaart brengen van de wensen en behoeften van de afnemer door middel van gedegen marktonderzoek. De tweede kerntaak is hierop aansluiten met een uitgekiend marketingconcept, oftewel een op maat gesneden product-, prijs-, plaats- en promotiebeleid.

In blok 3 pas je deze beslissingen toe via een Engelstalige businessgame in de fietsbranche. De game is een virtuele business/marketinggame in de internationale fietsenmarkt. Samen met je team vorm je een divisie die een nieuw marktsegment opent, met gebruik van 3D-printing en vernieuwd carbonvezel, en introduceert een nieuwe lijn fietsen.

Opdracht: *"Build a self-sufficient and profitable division"*

Elk team ontwikkelt in zes speelrondes een strategie, inclusief beslissingen over:
- Marketinganalyses
- Brand design
- Pricing
- Ad copy design
- Media placement
- Distribution
- Sales force management

De game levert veel informatie op; elke beslissing heeft gevolgen en leidt tot resultaten en reacties van consumenten en concurrenten. Het team evalueert en past telkens de strategie aan op basis van deze uitkomsten, met begeleiding van teamleden en een coach. Er is een animatie-demo, een uitgebreide helpfile en microsimulations beschikbaar.

Online Marketing
In dit studieonderdeel leer je online marketing en e-commerce kennis om te zetten in een advies voor een bestaande organisatie.
- College 1: introductie in online marketingstrategie en trends
- Colleges 2–6: iedere week start met een presentatie van twee projectgroepen, gebaseerd op de stof van het vorige college en de meegegeven opdracht. Iedere groep bereidt een presentatie

voor over een toegewezen webshop, waarbij de theorie direct wordt toegepast.

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

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.