

Opleiding

Toegekend diploma

Bachelor of Science

Programmaduur

48 maanden

ECTS credits

240

Niveau eindkwalificatie

Bachelor

Vorm

Voltijd

Taal

Nederlands

School

Instituut voor Business,
Marketing en Finance

Locaties

Groningen

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM en MSM

Programmabeschrijving

Om de geïntegreerde competenties op het gebied van marketing, sales, organisatie en communicatie te realiseren, is de CE'er pragmatisch en beschikt hij over goede communicatieve en sociale vaardigheden. Hij kan in ten minste twee vreemde talen correct communiceren. Zowel zelfstandig als in samenwerking met anderen kan hij problemen oplossen, een marketing- en businessplan opstellen, dit op professionele wijze presenteren en andere mensen aansturen. Hij beheerst de belangrijkste methoden van marktonderzoek en beschikt over een uitgebreide kennis van en inzicht in ICT. Tevens bezit hij vaardigheden om deze kennis te vertalen naar activiteiten op strategisch, tactisch en operationeel niveau. Brede economische kennis, ondersteund door managementvaardigheden, vormt de basis voor zijn inzichtelijk handelen in uiteenlopende bedrijfssituaties. Hij kan snel een juiste inschatting maken van de persoon of onderneming waarmee hij te maken heeft. Tot zijn persoonlijke bagage behoren: ambitie, doorzettingsvermogen, resultaatgerichtheid, visie, collegialiteit, stressbestendigheid, internationale oriëntatie en goed functionerend, zowel autonoom als in groepsverband. Hij kan op basis van deze kwaliteiten wensen en behoeften van klanten snel, op correcte wijze en succesvol vertalen naar strategisch commercieel beleid en operationeel handelen.

CE – Major Marketing and Communication Management

Bij de major Marketing and Communication Management staat de marketingcommunicatie centraal. Hierbij spelen consumentengedrag en -onderzoek, merkvoorkeuren en de effectiviteit van de verschillende media een grote rol. De vraag die vaak centraal staat, is welke positie promotie inneemt in het totale marketingbeleid van een organisatie. Op welke wijze promoot een organisatie haar producten? En hoe zet je instrumenten als persoonlijke verkoop, reclame en PR zo effectief mogelijk in om de doelen van de organisatie te realiseren? Tijdens de studie verdiept je je dus niet alleen in communicatie, maar ook in marketing.

CE – Major Marketing and Sales Management

Marketing staat centraal bij de richting Marketing and Sales Management. Marketing is een denkwijze. De CE'er leert uit te gaan van de 'wensen van de klanten' en de behoeften van de markt. De wensen worden vertaald naar een concreet product of een concrete dienst. Bij Marketing and Sales Management leer je alles over het vermarkten van producten en de wijze waarop dat zo effectief en efficiënt mogelijk kan.

Leeruitkomsten

De opleiding rust de student uit met de vereiste leeruitkomsten van een professional op het gebied van marketing. Dit zijn:

- **KOERS BEPALEN;** De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.
- **WAARDE CREËREN ;** De CE'er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.
- **BUSINESS DEVELOPMENT;** De CE'er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.
- **REALISEREN;** De CE'er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiële stakeholders. De CE'er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.

Programma

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM en MSM

credits

Jaar 1 Commerciële Economie Voltijd Major MSM

60

□ Blok 1: Externe omgeving

15

▫ CEVP21ONZ1 - Domein Onderzoek 1

5

▫ CEVP21MKT1 - Domein Marketing 1

5

▫ CEVP21PPG1 - Domein Professionele en persoonlijke groei 1	5
▫ Blok 2: Interne omgeving	15
▫ CEVP21ONZ2 - Domein Onderzoek 2	5
▫ CEVP21MKT2 - Domein Marketing 2	5
▫ CEVP21PPG2 - Domein Professionele en persoonlijke groei 2	5
▫ Blok 3: Marketingbeslissingen	15
▫ CEVP21ONZ3 - Domein Onderzoek 3	5
▫ CEVP21MKT3 - Domein Marketing 3	5
▫ CEVP21PPG3 - Domein Professionele en persoonlijke groei 3	5
▫ Blok 4: De beurs	10
▫ CEVP21ONZ4 - Domein Onderzoek 4	5
▫ CEVP21PPG4 - Domein Professionele en persoonlijke groei 4	5
▫ Blok 4 keuze	5
<i>één van de onderstaande onderdelen</i>	
▫ Blok 4 MSM	5
▫ CEVP21MSMMKT4 - Domein Marketing 4	5
▫ Blok 4 MCM	5
▫ CEVP21MCMMKT4 - Domein Marketing 4	5
Jaar 2 Commerciële Economie Voltijd Major MSM	60
▫ Blok 5: Marktonderzoek (tactisch)	15
▫ CEVB16IOP5 - Integrale Opdracht 5	2
▫ CEVB20OND - Algemeen onderzoek	7
▫ CEVB16CSG - Consumentengedrag	3
▫ CEVB20ENG5 - Engels 5 Marketing Proposal	2
▫ CEVB20SOL - Sollicitatietraining	1
▫ Blok 6	10
▫ CEVB20OMK - Online marketing	5
▫ CEVB15BCN5 - Bedrijfscommunicatie Nederlands 5	2
▫ CEVB20BCA - Bedrijfscomputaties	2
▫ CEVB20PRO - Professional performance	1
▫ Blok 6 keuze	5
<i>één van de onderstaande onderdelen</i>	
▫ Blok 6 MSM	5
▫ CEVB20SLS - Sales	5
▫ Blok 6 MCM	5
▫ CEVB20MKC - Marketingcommunicatie	5
▫ Blok 7 en 8: Stage (operationeel/tactisch)	30
▫ CEVB21DOC - Startdocument	3
▫ CEVB21STG - Rapport bedrijfsopdracht	24
▫ CEVB17PD7 - Personal Development 7	3
Jaar 3 Commerciële Economie Voltijd Major MSM	60
▫ Blok 09: Marketingplanning: de analyse (strategisch)	15
▫ CEVB21MPA - Marketingplanning analyse	4
▫ CEVB3BEC - Bedrijfseconomie	2
▫ CEVB20ENG6 - Engels 6	2
▫ CEVB21INV - Innovatie	2
▫ CEVB19INT - Internationalisering	2
▫ CEVB3CMA1 - Denkstijlen en creativiteit	3
▫ Blok 10: Marketingplanning: de keuzes (strategisch)	15
▫ CEVB16IOP10 - Integrale opdracht 10	3
▫ CEVB21MPK - Marketingplanning keuzes	4
▫ CEVB15BCN6 - Bedrijfscommunicatie Nederlands 6	2
▫ CEVB18BAO - Businessanalyse en onderzoek	2
▫ CEVB3CMA2 - Marketing in economisch perspectief	3
▫ CEVB20PD8 - Personal Development 8	1
▫ Blok 11	9
▫ CEVB18MKM - Merkmanagement	2
▫ CEVB18OND2 - Onderzoek 2	2
▫ CEVB20CRM - Customer Relationship Management	2
▫ CEVB3CMA3 - Marketing, ethiek en filosofie	3
▫ Blok 11 keuze	6
<i>één van de onderstaande onderdelen</i>	
▫ Blok 11 MSM	6
▫ CEVB19KAM - Key-accountmanagement	6
▫ Blok 11 MCM	6
▫ CEVB20IOP11 - Integrale opdracht 11	4
▫ CEVB19CVP - Commerciële Vaardigheden: presenteren	2
▫ Blok 12: Marketingplanning; integraal marktgericht beleid (strategisch)	15
▫ CEVB21MVC - Marketing, verkoop en communicatie	6
▫ CEVB21FGB - Functionele gebieden	3

▫ CEVH3MAN - Managementvaardigheden	2
▫ CEVB21ENG7 - Engels 7	1
▫ CEVB15CMA4 - Storytelling	3
Jaar 4 Commerciële Economie Voltijd Major MSM	60
□ Blokken 13 en 14: minorruimte <i>vrije keuzeruimte</i>	30
□ Blokken 15 en 16: Afstuderen	30
▫ CEVB15AO - Afstudeeropdracht	30

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.