

## Marketing Basics 2021-2022, blok 1

### Waarom dit semester?

Dit blok is de start en tevens het fundament van je opleiding en hier worden de grondbeginselen van marketing en commercieel denken bijgebracht en aansluitend de verbinding gemaakt met duurzaam ondernemen. In de huidige tijdgeest zijn marketing en duurzaamheid in alle aspecten onlosmakelijk met elkaar verbonden.

### Opbouw semester

Merken zoals Heineken, Rituals, Starbucks, Redbull en vele vrij te kiezen andere merken zijn het vertrekpunt en middel voor de opdrachten en toetsen. In dit semester ga jij in groepsverband deze merken helemaal binnenste buiten keren om zo kennis op te doen. Dit ga je wekelijks samen met je werkgroep presenteren en rapporteren om het fundament te leggen voor de vaardigheden als commercieel professional.

Het semester is opgezet in twee blokken van 10 weken. In het eerste blok komen de fundamentele van marketing aan bod. Analyse, strategie, koopgedrag, producten, prijzen, distributie en promotievraagstukken.

Het tweede blok staat in het teken van duurzaamheid, de verschillende theorieën, het ontstaan, de verschillende tactieken, de verdeling tussen milieu, mensen en het bedrijfsleven. Ethiek en Governance. De invloed van innovaties en het ontwikkelen van nieuwe platformen.

Het semester bestaat uit hoorcolleges, werkcolleges, gastcolleges en zijn altijd toegespitst op de meest actuele theorieën en vormen van duurzaamheid en marketing. De werkvormen dagen je uit en zijn inspirerend door de afwisseling en de relatie met bestaande merken en je eigen organisatie. De toetsingen vinden plaats d.m.v opdrachten op uitzondering van 1 kennistoets na.

### Programma

- Wekelijkse hoorcolleges waarin de 7 fundamentele van marketing worden uitgelegd met inspirerende praktijkvoorbeelden;
- Wekelijkse presentaties van je eigen werkgroep over hoe jullie gekozen merk deze fundamentele vertaalt, toepast en laat zien;
- Wekelijk de transfer van de theorie naar je eigen organisatie beschrijven. Een soort ontdekkingsreis over hoe jouw organisatie marketing toepast.

### Leerdoelen

Na het voltooien van het blok kun en/of heb je:

- Presenteren;
- Theorieën en begrippen van marketing en duurzaamheid herkennen en toepassen in de praktijk;
- Theorie van marktonderzoek toepassen in de praktijk;
- Een eigen visie ontwikkeld en verwoord;
- Een goede transfer van de inhoud beschrijven op je eigen organisatie.

### **Te ontwikkelen skills binnen de vier pijlers van de CE-deeltijd:**

De te ontwikkelen **skills** op **niveau 1** in het semester dragen bij aan de persoonlijke professionalisering bij zowel het afstuderen als in de beroepspraktijk:

#### **Koers bepalen:**

- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken
- Creativiteit

#### **Waarde creëren:**

- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen

#### **Business development:**

- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef

#### **Realiseren:**

- Leiderschap
- Commercieel bewustzijn

#### **Toetsen en toetsdata**

- MB1 Wekelijkse presentaties
- MB2 MC tentamen Marketing
- MB3 Transferdossier Marketing

#### **Collegeweek**

- wekelijks - blok 1
- oplevering lesweek 8 - blok 1
- oplevering lesweek 10 - blok 1

#### **Studiepunten**

- 5 EC
- 5 EC
- 5 EC

**15 EC totaal**

#### **Welke werkvormen zijn er en wat wordt er van jou en ons verwacht?**

Er worden groepsopdrachten uitgewerkt, individuele verslagen gemaakt en groeps- en individuele presentaties gehouden. Van jou als student of cursist wordt een actieve bijdrage verwacht: inbreng vanuit je eigen werkomgeving en vanuit de bestudering van het gekozen merk. Van de docent mag je een coachende, inspirerende en motiverende, op de praktijk en actualiteit gerichte werkwijze verwachten.

Plek in het curriculum		
	Semesters	PP4.0
Jaa1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Basisprincipes van Marketing</b></li> <li>2. Duurzaamheid</li> </ol>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marktonderzoek methode &amp; technieken</li> <li>2. Marktonderzoek toepassingen</li> </ol>	
Jaar 2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sales analyse &amp; Finance</li> <li>2. Sales Implementatie</li> </ol>	Startgesprek
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategische Marketing Data &amp; analyse</li> <li>2. Strategische marketing ontwerp &amp; advies</li> </ol>	
Jaar 3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketingcommunicatie Strategie</li> <li>2. Media en Tools</li> </ol>	Niveau 2 assessment
	6. Minor	
Jaar 4	7. Afstudeeropdracht	Niveau 3 assessment
<b>Studiepunten</b> 15 EC		
<b>Verplichte literatuur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principes van Marketing, Philip Kotler. 7e druk. Pearson Benelux bv. 2017, ISBN: 978-90-43-03-409-8</li> </ul>		
<b>Website</b> <a href="https://dlo.mijnhva.nl/d2l/home">https://dlo.mijnhva.nl/d2l/home</a>		
<b>Kosten</b> Wettelijk collegegeld hbo/wo		
<b>Docenten marketing basics</b> Lex van Hoogstraten: <a href="mailto:l.van.hoogstraten@hva.nl">l.van.hoogstraten@hva.nl</a> (semesterverantwoordelijke) Clarence van der Putte: <a href="mailto:c.van.der.putte@hva.nl">c.van.der.putte@hva.nl</a>		
<b>Maatwerk</b> Mogelijk na overleg		
<b>Locatie, dagdelen</b> De bijeenkomsten zijn op de dinsdag- en donderdagavonden, of zaterdag overdag en vinden plaats op: Businesscampus, Fraijlemaborg 133, 1102 CV Amsterdam.		