



2022
HOGESCHOOL ROTTERDAM
CAREER ACADEMY

MARKETING AUDIT

RCAHOV01Q5

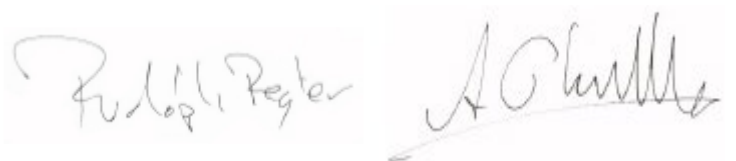
GET YOUR BUSINESS RIGHT

Markten staan onder druk in een eeuwige spanningsveld tussen mensen en systemen. Doordat beide steeds veranderen loopt de dynamiek daar hoog op. Een plotselinge gebeurtenis kan zorgen voor een kanteling welke veel invloed heeft op zowel global als domestic niveau, op mensen, systemen, geldstromen en organisaties.

Op dit moment verandert er veel tegelijk op uiteenlopende maatschappelijk terreinen zoals politiek, economie, wetenschap en technologie. De maatschappij kenmerkt zich door processen als decentralisering, van top-down naar bottom-up, van verticaal naar horizontaal. Volgens verschillende deskundigen (o.a. Rotmans, 2013) bevindt onze samenleving zich momenteel op een kantelpunt; de maatschappij is instabiel en kwetsbaar. Voor complexe systemen is een crisis een kans om de gebaande paden open te breken. De situatie is ook te vergelijken met het oog van de orkaan: “in het oog is het windstil en onbewolkt, buiten het oog raast de storm. Afhankelijk van waar je staat, ervaar je de stilte of de storm. Veel mensen zien de storm die door de samenleving raast nog niet en staan als de ware in het oog van de orkaan. Het is een kwestie van tijd voordat ze het gaan zien en ervaren” (Rotmans, 2013). Er is in deze snel veranderende maatschappij vraag naar professionals die niet in een kramp schieten maar die kansen zien en de veranderingen en daar sturing aan te geven om zodoende concurrentievoordeel te creëren.

Rudolph Regter

André Knulst

The block contains two handwritten signatures in black ink. The signature on the left is 'Rudolph Regter' and the signature on the right is 'André Knulst'.

***“Marketing’s job is never done. It’s about perpetual motion.
We must continue to innovate every day.”
– Beth Comstock, Vice Chair of GE***

Marketing Audit

Tijdens de cursus ‘Marketing-audit’ wordt het huidige marketingbeleid beoordeeld alsmede de marketingorganisatie. Deze evaluatie leidt tot een volledige beoordeling van de marketingfunctie: de marketing audit. Hierbij krijg je inzicht in de effectiviteit, adaptiviteit, efficiëntie van de marketinginstrumenten en van de concurrentiekracht in de verschillende product-markt-technologie -combinaties. Het vormt een oordeel over de Marktgerichtheid van je organisatie.

De cursus heeft als doel om overzicht te krijgen van de probleemgebieden en mogelijkheden voor commerciële organisaties om te komen tot verbeteringen waarmee de efficiëntie van een organisatie wordt verhoogd en antwoord geeft op de snel veranderende omgeving.

De cursus Marketing Audit valt onder de opleiding Commerciële economie. Er behoren 30 ECT’s bij deze cursus.

Opbrengst voor de organisatie

Aan het einde van deze module breng je een advies uit over een marketing vraagstuk binnen jouw organisatie of bedrijf. Dit advies bevat:

1. een analyse van de marketingactiviteiten die waarde genereren en eventueel waar nodig is om dit te verbeteren;
2. een ontwerp van onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen inclusief implementatieplan.



INHOUD PROGRAMMA

Het blok Marketing Audit is opgebouwd uit 20 weken. De volgende onderwerpen worden in deze weken behandeld:

- Introductie Marketing
- Marketing omgeving
- Consumentengedrag
- Business-2-Business marketing
- Marketingstrategie
- Productontwikkeling
- Distributiebeleid
- Marketingcommunicatie
- Marketing in een digitale wereld

WORKSHOPS

Essential Marketing Skills

Vaardigheden bepalen of iemand succesvol is in zijn of haar functie. Dit is met name interessant voor het gebied van marketing, simpelweg omdat marketing in het laatste decennium sterk is veranderd. Hoewel succesvolle marketeers een groot aantal verschillende kenmerken kunnen vertonen, hebben we een aantal marketingvaardigheden geïdentificeerd die vandaag de dag echt opvallen. Rondom deze vaardigheden worden de onderstaande workshops georganiseerd:

- Projectmanagement
- Presentatietechnieken
- Storyboard Telling
- Debunking Assessments
- Digitale vaardigheden



WERKVORM

Het doel is 'leren door doen, ervaren, gecombineerd met systematisch reflecteren daarop'. Het gaat hierbij om het leren door individueel- en groepsleren te verbeteren en direct te koppelen aan prestaties op in zijn/haar professionele werkomgeving.

13:00 – 14:00 Leergroep activiteiten

Hier werk je met collega studenten aan het huiswerk dat gedaan is, stel je vragen op voor de docent en geef je elkaar feedback.

14:00 – 17:00 Colleges en Workshops

Hier behandelen we een specifiek onderwerp, waar we dieper op in gaan. Dit kan een onderwerp zijn direct gerelateerd aan de kennis stof, of aan een vaardigheid.

17:00 – 18:00 Diner

18:00 – 21:00 Feedack bijeenkomsten

Behandelen van de vragen, individuele feedback. Introductie van het onderwerp voor de komende week.

LITERATUUR

Verplicht

Kotler, p. (8e editie). Principles van Marketing.

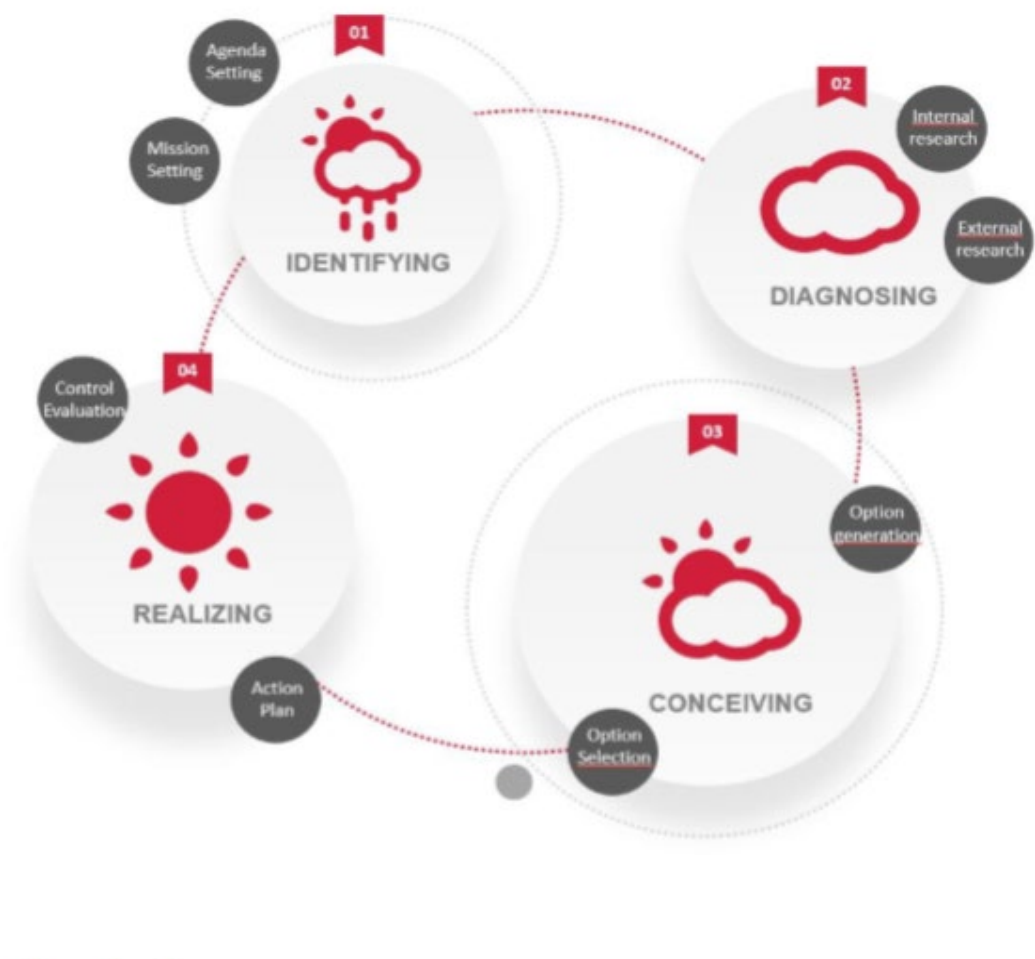
Pearson Benelux B.V. ISBN 9789043038065

VOORBEREIDING

Je dient voorafgaande aan iedere bijeenkomst voor te bereiden. Waar deze voorbereiding uit bestaat kan je terugvinden op Brightspace.



HET PROCES



Het proces om te komen tot verbeteringen begint met het identificeren van de “problemen” (Identifying). Vervolgens moet de achterliggende structuur en oorzaken begrijpen (Diagnosing).

Met Conceiving wordt bedoeld dat de mogelijke oplossingen worden geïnventariseerd en keuzes gemaakt worden.

Bij Realizing worden keuzes uitgevoerd, gecontroleerd en geëvalueerd

TOETSING EN LEERUITKOMSTEN

De leeruitkomsten worden getoetst op een relatief hoog abstractieniveau. Daarom is er voor gekozen om met de beoordeling aan te sluiten bij de complexiteit van het beoordelen van beroepsbekwaamheid in de beroepspraktijk. Wij hanteren drie beoordelingsniveaus: expert (XP), competent (CO) of nog niet competent (NC).

De algemene leeruitkomst voor deze cursus is als volgt beschreven:

Het reviewen van de marketingactiviteiten die waarde genereren voor de klanten van de organisatie en de maatschappij als geheel (o.a. segmentatie, doelgroep keuze, marketingprogramma).

Bij de toetsing worden de volgende (aspecten van) leeropbrengsten en skills uit het landelijk opleidingsprofiel van de bachelor commerciële economie beoordeeld.

1. WAARDE CREEREN

Je geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doe je op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Je weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.

Beoordeelbare aspecten:

- Op basis van onderzoek en analyse maak je een doelgroep keuze. Je leert deze klant en zijn customer journey te begrijpen door data te analyseren, onderzoek te doen naar daadwerkelijk gedrag en de achterliggende motivatie en formuleert op basis hiervan doelen, middelen en een tijdpad dat aantoonbaar leidt tot waarde creatie.
- Je hebt hierbij zowel oog voor het perspectief van de klant als het perspectief van de organisatie.



TOETSING EN LEERUITKOMSTEN

2. BUSINESS DEVELOPMENT

Je ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Je anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.

Beoordeelbare aspecten:

- Je kan inzicht in stakeholders en organisaties vertalen naar concepten die business genereren en leiden tot duurzame groei. Je kan daarbij anticiperen op een innovatie of verandering en/of deze initiëren.
- Je hebt inzicht in innovatieve marktontwikkelingen en kan concepten uitwerken in een verdienmodel.
- Je hebt oog voor verschillende belangen en kan draagvlak creëren. Daarvoor moet hij goed kunnen communiceren, zowel verbaal als schriftelijk.

Naast deze specifieke aspecten wordt ook getoetst op onderzoekend vermogen, lerend vermogen, verantwoord handelen en communicatieve vaardigheden. Deze zijn gedetailleerd beschreven in de rubric. Daarnaast zijn er formatieve toets momenten waarin je je kennisniveau kan beoordelen.

Deze cursus wordt getoetst op niveau NLQF 5. Of je voldaan hebt aan de leeruitkomst wordt getoetst in een assessment. Onderdeel van dit assessment is dat je een portfolio inlevert van de activiteiten die jij voor jouw organisatie hebt uitgevoerd. Ook wordt aan de opdrachtgever feedback gevraagd op de resultaten van jouw werkzaamheden.

Wanneer je het assessment niet in een keer haalt mag je het een keer opnieuw doen. Per cursus heb je recht op één assessment en een herkansing van dit assessment in een collegejaar.



In het kader van het permanente streven van de Career Academy naar verbetering van lesmethoden en -inhoud staan wij open voor constructieve feedback op zowel de methoden, inhoud, literatuur, DLO, docenten, assessment, enzovoort. Je wordt uitdrukkelijk uitgenodigd dit tijdens of na de bijeenkomsten, of via de onderwijsevaluaties kenbaar te maken.

ORGANISATIE

Modulehouder: André Knulst MBA

Docent/ ontwikkelaar Rudolph Regter

BELANGRIJKE INFO ONDERSTEUNING

Ondersteuners van de Career Academy:

Kamer: KZ.D1.100

rbs-careeracadmy@hr.nl

010-7948011

DISCLAIMER

Er kunnen aan dit document géén wettelijke rechten ontleend worden, daarvoor verwijzen wij graag naar de Onderwijs- en Examenregeling (OER) van de hogeschool.

