



2020
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



***“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 evaluaties leidt tot een volledige beoordeling van de marketingfunctie: de marketing audit. Hierbij krijg je inzicht in de effectiviteit, adaptiviteit en efficiëntie van de marketinginstrumenten (en van de concurrentiekracht in de verschillende product-markt-technologie (PMT)-combinaties). Het vormt een zich een oordeel over de Marktgerichtheid

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, ofwel het marketingplanningsproces verbeteren, valt onder de opleiding Commerciële economie. Er behoren 30 ECT’s bij deze cursus.



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
- Prijsbeleid
- 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 zo veel 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:

- Groepsdynamiek
- Projectmanagement
- Presentatietechnieken
- Study skills
- Storyboard Telling
- Debunking Assessments



GLOBAL SHARE of Social Networking

Social networking trends are ever changing and fast paced. The present trends could be divided into regions, based on cultural aspects. The regions preview various trends. The major expansion is within the greater regions.

2008	2.7%
2009	7.0%
2010	10.3%
2011	5.1%
2012	0.4%
2013	4.7%

global share of social networking.

Growth.

▲ 24.7050	▲ 86.560	0.650
47.0540	▲ 57.030	807.5
▲ 6760.70	▲ 5.7540	0.607
▲ 34.7080	▲ 0.7540	540.5
▲ 16.0680	▲ 0.7040	405.4

WERKVORM

Het doel is studenten te laten '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 u met collega studenten aan het huiswerk dat gedaan is, stel u vragen op voor de avond en geef je elkaar feedback.

14:00 – 17:00 Colleges en Workshops

Hier behandelen we een speciaal 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 Plenaire bijeenkomst

Behandelen van de vragen uit de leergroepen. Feedback op het huiswerk Introductie van het onderwerp voor de volgende week.

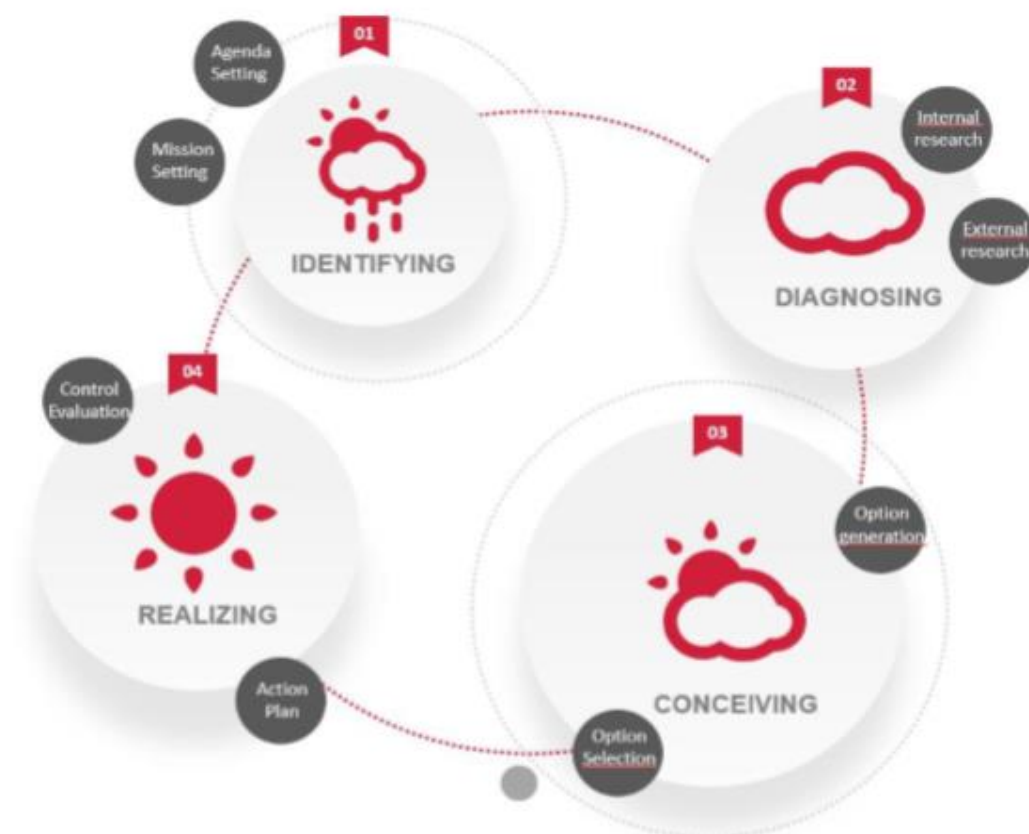
LITERATUUR

Kotler, p. (7e editie). Principes van Marketing.
Pearson Benelux B.V. ISBN 9789043034098

VOORBEREIDING

U dient zich voorafgaande aan iedere bijeenkomst voor te bereiden. Waar deze voorbereiding uit bestaat kunt u terugvinden in betreffende week in het werkboek. De start van deze cursus is op 13 februari 2020.

HET PROCES



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

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.

Beoordeelbare aspecten:

- Op basis van onderzoek en analyse maakt de CE'er een doelgroep keuze. Hij 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 eentijdspad dat aantoonbaar leidt tot waarde creatie.
- De CE'er heeft hierbij zowel oog voor het perspectief van de klant als het perspectief van de organisatie.



TOETSING EN LEERUITKOMSTEN

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.

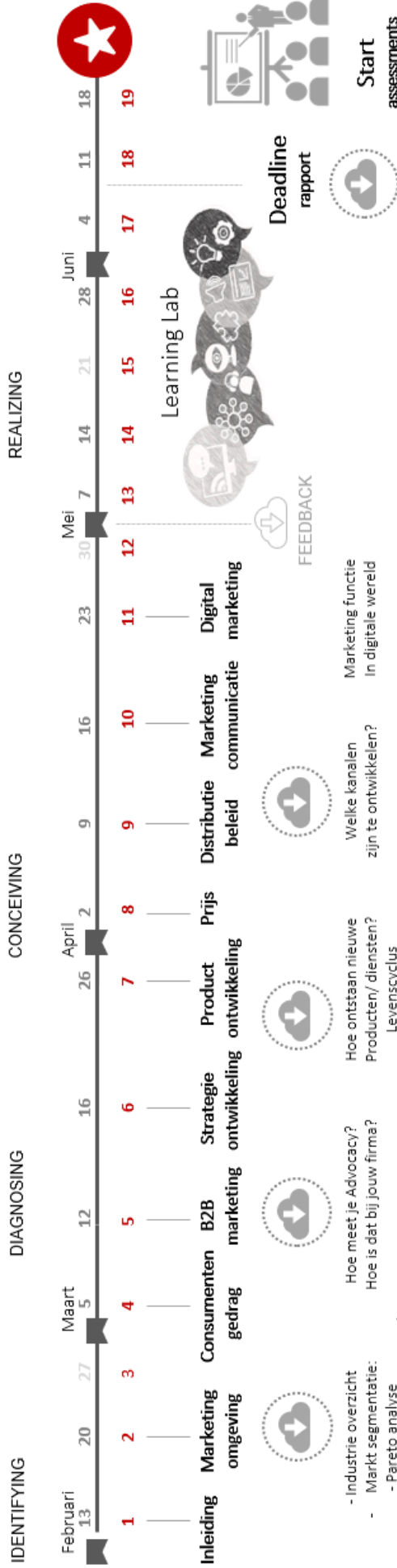
Beoordeelbare aspecten:

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

Deze cursus wordt getoetst op niveau NLQF 5 door middel van een assessment.



Get Your Business Right



Get Your Mind Right

- Groeps dynamiek
- Story telling in slides
- Study skills
- Gebruik van mediatheek
- Hoe een assessment voor te bereiden?