

# 3.a Marketing

Theoretische bouwstenen:

**3.a Marketing**

3.b NIMA C

3.c Verkooptechnieken

3.d Adviseren

3.8 Verbeteren van effectiviteit en klantgericht projectmanagement

3.9 Verandermanagement van fase 3 naar fase 4 (volgens model van Quinn)



## 3.a Marketing

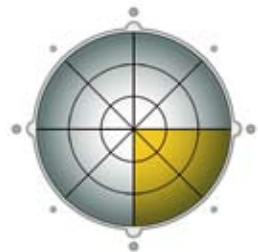
### Het rationeel doel model

In dit model wordt gekeken naar productiviteit en winst. De doel – middelentheorie die ten grondslag ligt aan deze benadering, gaat uit van de overtuiging dat duidelijke leiding productieve resultaten oplevert. Daarom wordt voortdurend de nadruk gelegd op processen als het verhelderen van doelen, rationele analyse en handelend optreden. Het klimaat in de organisatie is rationeel economisch en bij het nemen van beslissingen worden vooral het eindresultaat en de winst in overweging genomen.

### 3.a Marketing

Deze bouwsteen behandelt Marketing als een algemene module op tactisch niveau. U krijgt inzicht in het gehele marketingplanningsproces.

Deze bouwsteen maakt onderdeel uit van het programma Bedrijfskundig Management: een post HBO opleiding.



### **Inhoud:**

1. Marketing
2. Situatie – analyse
3. Strategische analyse methode
4. Ondernemings- en marketingbeslissingen
5. Marketingmix
6. Implementatie

Tijdsduur: 6 dagdelen (6 x 1)