

# Marketing Management (MM)

Het **Bachelor of Business Administration (BBA)** programma duurt vier jaar en bestaat uit twee niveaus:

## • Niveau 1: Professionaliseringsbekwaam (basisprogramma en hoofdrichting)

In het basisprogramma worden verschillende businessdisciplines behandeld, waarbij de businesscyclus als rode draad dient. De eerste drie semesters richten zich op drie thema's: business environment and planning, business planning and operations en business consolidation. Aanvankelijk worden deze fasen afzonderlijk behandeld, maar gaandeweg worden ze geïntegreerd in projecten, opdrachten en casussen. De nadruk ligt op theoretische basiskennis, beroepscompetenties en het ontwikkelen van een integratieve visie en generieke vaardigheden.

### Curriculum semester 1 t/m 3\*

Semester 1 Business Environment & Planning	Semester 2 Business Planning & Operations	Semester 3 Business Consolidation
Economie & Bedrijfsomgeving 1: Basis	Recht 1: Recht en Samenleving	Recht 3 : Inleiding Ondernemingsrecht
Basis Onderzoeksvaardigheden	Business Skills 1: Communicatieve vaardigheden	Finance 3: Wet op de jaarrekening
Accounting 1: Basis	Kwantitatieve methoden 2	Human Resource Management 2: Arbeidsmarkt
Marketing Management 1: Inleiding	Finance 1: Kosten & Budgetteren	Management & Organisatie 5:
Management & Organisatie 1: Inleiding	Management & Organisatie 3: Proces Management	Kwaliteitsmanagemnet
Projectmanagement	Business Project 2	International Business
Economie & Bedrijfsomgeving 2: Verdieping	Recht 2 : Inleiding Verbintenissenrecht	Business project 4
Kwantitatieve methoden 1	Business Skills 2: Critical & Creative Thinking	Corporate Social Responsibility
Accounting 2: Verdieping	Finance 2: Financien & Investeren	Finance 4: IFRS
Marketing Management 2: Operationele	Human Resource Management 1: Inleiding	Human Resource Management 3:
Marketing	Management & Organisatie 4: Logistiek	Organisatieverandering
Management & Organisatie 2: Strategie	Management	Management & Organisatie 6: Strategisch
Business Project 1	Business project 3	Management & Marketing
		Recht 4: Inleiding Belastingrecht
		Business project 5

\*wijzigingen voorbehouden

## Management

De hoofdrichting **Management** volgt na het basisprogramma van het BBA-programma.

Binnen deze hoofdrichting vindt verdere specialisatie plaats door middel van verdiepende en integrerende opdrachten, gericht op de voorbereiding op de stage en de afstudeerfase.

In **niveau 2 (jaar 3 en 4)** krijgt het programma een meer praktijkgericht karakter. In het derde jaar loopt de student stage, met als doel het opdoen van relevante werkervaring en het toepassen en toetsen van opgedane kennis en beroepsvaardigheden in de praktijk. De stage ondersteunt tevens de verdere oriëntatie op het beroepenveld en vormt de basis voor een weloverwogen keuze voor de afstudeerrichting.

### Toelatingseisen hoofdrichting Management

Voor toelating tot de hoofdrichting Finance dienen de volgende modules succesvol te zijn afgerond:

- Marketing Management t 1: Inleiding
- Management & Organisatie 1: Inleiding
- Management & Organisatie 3: Procesmanagement

Voor elk van deze modules geldt dat minimaal een cijfer van 6,0 moet zijn behaald. Indien plaatsing op basis hiervan niet direct mogelijk is, geschiedt toewijzing op basis van het hoogste totaalresultaat op de genoemde modules.

Binnen de hoofdrichting Management kan de student kiezen uit de volgende afstudeerrichtingen:

- **Marketing Management**
- **Small & Medium Enterprise Management**
- **Business Management**
- **Human Resource Management**

### Curriculum semester 4\*

#### Semester 4 Management

Marketing Management 3: Marketing Communicatie
Operations Management
Human resource management 4: HRM & Employability
Small & Medium Enterprise Management 1: MKB
Kwalitatieve Methoden
Project: Beroepsoriëntatie 1
Taaltoets 4F- HST3
Consumer Management
Marketing Management 4: Dienstenmarketing
Human Resource management 5: Organisatie
Psychologie & Sociologie
Small & Medium Enterprise Management 2: Family Business
Professionele Ontwikkeling: Stage voorbereiding
Project: Beroepsoriëntatie 2

\*wijzigingen voorbehouden

Markten veranderen steeds sneller en worden steeds dynamischer door technologische ontwikkelingen. Tegelijkertijd worden klanten en potentiële klanten steeds kritischer, veelzijdiger en kieskeuriger door het groeiende aanbod van producten, merken, productcategorieën en diensten. Voor moderne organisaties in de 21e eeuw wordt het daardoor steeds uitdagender om effectief in te spelen op deze ontwikkelingen.

De afstudeerrichting Marketing Management biedt de kennis en vaardigheden die noodzakelijk zijn voor de marketingprofessional van de 21e eeuw. De marketingprofessional is in staat om op basis van gegede vakkennis toekomstgericht te opereren, te innoveren en verantwoorde marketingbeslissingen te nemen ter ondersteuning van de organisatie waarin hij of zij werkzaam is.

De opleiding is afgestemd op de actuele marktsituatie in Suriname, met daarnaast relevante aanknopingspunten met de Amerikaanse en Europese markten. Binnen deze afstudeerrichting worden specialistische marketingonderwerpen behandeld die essentieel zijn binnen het vakgebied zoals Online Marketing, Digital Marketing, Social Media Marketing, Content Marketing, Green Marketing

en Internationale Marketing. Daarnaast komen ook traditionele domeinen aan bod, zoals Brand Management, Retail Marketing en Business-to-Business Marketing.

Afgestudeerden zijn in staat om vanuit het strategisch beleid van een organisatie een marketingplan op te stellen en op basis daarvan het marketingbeleid en bijbehorende acties te ontwikkelen, uit te voeren en te monitoren. Binnen de beroepspraktijk kan de afgestudeerde zelfstandig en resultaatgericht marketingkennis toepassen ter ondersteuning van strategische en operationele besluitvorming binnen organisaties.

Voor **toelating** tot deze afstudeerrichting dienen de volgende modules succesvol te zijn afgerond:

- **Marketing management 3: Marketing Communicatie**
- **Customer Relationship Management**
- **Marketing Management 4: Dienstenmarketing**
- **Management & Organisatie 6: Strategisch Management & Marketing**

## Toekomstperspectief:

- **(Junior) Marketeer:** de Marketeer zet campagnes op die gericht zijn op het vinden van potentiële verkoopkansen. Hij heeft kennis van, en ervaring met, multi-channel marketing en weet de marketeer een combinatie van marketingtools in te zetten om de aandacht van de doelgroepen te vinden, binden en converteren.
- **(Junior) Online-marketeer:** de Online-marketeer heeft kennis van branding en heeft expertise in marketing intelligence. Hij is verantwoordelijk voor het plannen en uitvoeren van marketingstrategieën op internet en mobiele apparaten en het bouwen en beheren van online marketing, zoekmachineoptimalisatie en sociale netwerkcampagnes.
- **(Assistant) Marktonderzoeker:** de Marktonderzoeker doet onderzoek naar producten, trends, het imago van een bedrijf en de tevredenheid van klanten. Hij verzamelt en analyseert zelfstandig gegevens. Een marktonderzoeker die op de marketing- of onderzoeksafdeling van een bedrijf werkt, onderzoekt de afzetmarkten, producten en/of diensten van het bedrijf.
- **(Assistant) Marketing Manager:** de Marketingmanager is altijd op zoek naar nieuwe manieren om behoeftes van klanten te bevredigen en producten aan de man te brengen. De Marketingmanager adviseert de directie over nieuwe markten en producten. Hij zorgt voor een slimme en effectieve reclamecampagne en andere manieren om een product gewild te maken.

## Curriculum semester 5 t/m 8\*

Semester 5 Stage	Semester 6 Creating, Building and Maintaining Customer Value	Semester 7 Data Driven Marketing	Semester 8 Afstuderen
Stagetrject (6 maanden) met een verdiepend onderzoek	Retail en Levensmiddelen Marketing	Customer Relationship Management	Afstudeeronderzoek (6 maanden)
Afsluitende presentatie	Sales and Account Management and Networking	Commerciële Calculaties	Thesis verdediging
	Green Marketing	Internationale Marketing	
	Commercial Law	Kwalitatief Marktonderzoek	
	Project Marketing Game 1+2	Project: Market Analysis 1	
	Leiderschapsvaardigheden	Professionele Ontwikkeling (Afstudeer voorbereiding)	
	Business to Business-Marketing	Reclamepsychologie & Neuromarketing	
	Online/Digitale Marketing en Social Media	Marketing Performance Management	
	Brand Management, Merkspositionering en Marketingcommunicatie	Advanced Market Research	
	Logistics & supply chain management	Project Market Analysis 2	
	Onderhandelingsvaardigheden	Thesis Workshop	

\*wijzigingen voorbehouden