



MARKETING

COLOFON

Boom beroepsonderwijs
info@boomberoepsonderwijs.nl
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteurs: Tessel Mulder, Daphne Ariaens, Jacobien Ubbink
Inhoudelijke redactie: Boom beroepsonderwijs

Titel: Marketing
ISBN: 978 90 372 6177 6, maakt deel uit van pakket 978 90 372 6176 9
1e druk / 1e oplage

Bronvermelding: Marjolein Luiken

© Boom beroepsonderwijs 2022

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom beroepsonderwijs, te vinden op www.boomberoepsonderwijs.nl.

INHOUD

	Onderzoek doen	5
Taak 1	Kennismaken met marketing	5
Taak 2	Wat is marktonderzoek?	12
Taak 3	Observeren en luisteren	19
Taak 4	Interviewen	23
Taak 5	Gegevens verzamelen en ordenen	28
Taak 6	Gegevens analyseren, conclusies trekken en rapporteren	37
Taak 7	Vorbereiden op de toets	40
Taak 8	Begrippentrainer	40
	Een winkel onderzoeken deel 1	41
Taak 1	Kennismaken met de retailformule	41
Taak 2	De doelgroep onderzoeken	49
Taak 3	De marktpositie onderzoeken	55
Taak 4	De P van Plaats onderzoeken	61
Taak 5	De P van Product onderzoeken	66
Taak 6	Vorbereiden op de toets	71
Taak 7	Begrippentrainer	71
	Een winkel onderzoeken deel 2	72
Taak 1	Verder met de marketingmix	72
Taak 2	De P van Presentatie onderzoeken	75
Taak 3	De P van Personeel onderzoeken	84
Taak 4	De P van Promotie onderzoeken	90
Taak 5	De P van Prijs onderzoeken	99

Taak 6	Gegevens analyseren en conclusies trekken	102
Taak 7	Vorbereiden op de toets	106
Taak 8	Begrippentrainer	106
	Verbetervoorstellen doen	107
Taak 1	Kennismaken met aanbevelingen doen en presenteren	107
Taak 2	Ideeën bedenken	112
Taak 3	Een ontwerp maken en feedback geven en krijgen	118
Taak 4	Een presentatie voorbereiden	123
Taak 5	Een presentatie geven	125
Taak 6	Vorbereiden op de toets	128
Taak 7	Begrippentrainer	128

Onderzoek doen

TAAK 1

KENNISMAKEN MET MARKETING

Opdracht 1 De leerdoelen

Lees de leerdoelen.

In deze taak:

1. maak je een digitale poster van de zes P's.

In deze taak leer je:

1. wat marketing is
2. wat de marketingmix is
3. wat een marketingmedewerker doet.

Opdracht 2 Marketing

Lees **Tekstbron 36 Marketing**.

- a. Wat is marketing?



Het doel van marketing is om de aandacht van mensen voor een product of dienst te trekken. Dat kan op veel verschillende manieren.

b. Geef vier voorbeelden van marketing.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Opdracht 3 Film marketing

Bekijk Film **Javier Guzman Marketing**.

a. Wat zijn consumenten?

b. Wat heeft de roltrap in de winkel met marketing te maken?

c. Wat hebben verpakkingen met marketing maken?



d. Marketingmedewerkers denken na over de manier waarop zij de supermarkt inrichten. Welke voorbeelden hoor je in de film?

e. Wat gebeurt er volgens de film als je reclame hebt gezien en je het product later in de winkel ziet?

f. Geef een voorbeeld van de manier waarop reclame jou beïnvloedt.

Opdracht 4 De marketingmix

Lees 'De marketingmix' van **Tekstbron 36 Marketing**.



a. KPN sponsort een schaatsteam. Van welke P is dit een voorbeeld?



- Product
- Personeel
- Promotie
- Presentatie

b. Een drogisterij geeft deze week veel actiekorting. Van welke P is dit een voorbeeld?



- Product
- Prijs
- Plaats
- Presentatie

c. Een restaurant neemt alleen medewerkers met een niveau 3 diploma of hoger aan. Van welke P is dit een voorbeeld?

- Prijs
- Personeel
- Plaats
- Presentatie

d. Een modezaak besteedt veel aandacht aan de etalages. Van welke P is dit een voorbeeld?



- Product
- Personeel
- Promotie
- Presentatie

e. Verbind de voorbeelden met de juiste P.

Product

Prijs

Plaats

Personeel

Promotie

Presentatie

Een McDonald's-filiaal is gevestigd langs de snelweg.

Op de fruitafdeling van de supermarkt is het fruit aantrekkelijk uitgesteld.

Alle medewerkers van restaurant Saartje hebben een horeca-opleiding gedaan.

De chocolaatjes in een chocoladewinkel hebben aantrekkelijke verpakkingen.

HEMA maakt reclame via radio- en tv-spotjes.

De producten bij Zeeman zijn goedkoop.

Opdracht 5 Reclame



Marketing is overal om je heen, overal is reclame. Bedenk vijf situaties waarin je reclame tegenkomt.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Opdracht 6 Oriënteren



Bekijk **Film Medewerker marketing en communicatie**.

a. Wat doet een marketingmedewerker? Schrijf vier dingen op.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

b. Geef aan welke eigenschappen en vaardigheden je als marketingmedewerker nodig hebt.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> nauwkeurig | <input type="checkbox"/> communicatief |
| <input type="checkbox"/> humoristisch | <input type="checkbox"/> egoïstisch |
| <input type="checkbox"/> eigenwijs | <input type="checkbox"/> commercieel |
| <input type="checkbox"/> goed kunnen samenwerken | <input type="checkbox"/> flexibel |