

START

MET VOORUITKIJKEN

Whitepaper

Creatieve marketingwerkvormen



Noordhoff

Brengt je verder

Over de auteurs

Tom Spanjaard is hbo-hoofddocent marketing en innovatie en heeft jarenlange ervaring in het ontwikkelen van creatief en innovatief onderwijs in het economisch domein. Daarnaast is Tom een van de oprichters en managing partner van Voor-Sprong. Voor-Sprong verbindt innovatief jong talent aan bedrijven om zo van binnenuit toekomstbestendig te worden en te blijven.

Herman Koot is eigenaar van marketingbureau Buro Koorts. Herman is na twaalf jaar gewerkt te hebben als marketeer en marketingmanager bij diverse bedrijven, overgestapt naar de bureausidee. Vanuit zijn rol als ondernemende marketingstrateeg helpt hij samen met zijn team mkbondernemers in Nederland en België bij de ontwikkeling van hun bedrijven.

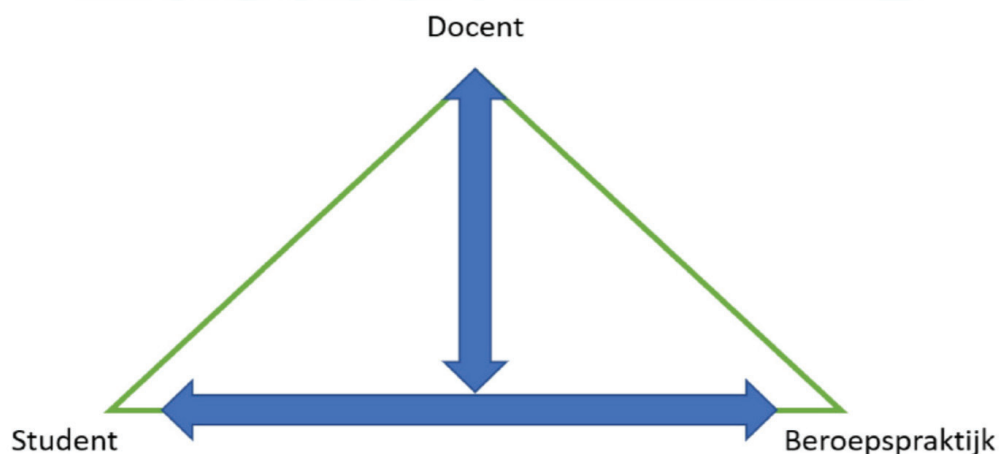


Creatieve marketingwerkvormen: handvat in veranderend marketingonderwijs

Innovatie, verduurzaming, technologie en internationalisering hebben grote invloed op de beroepspraktijk en daarmee op het hoger economisch onderwijs. Dit vraagt om (marketing-) professionals die een belangrijk onderscheidend vermogen inzetten: creatief denken en handelen.

Onder invloed van de beroepspraktijk hebben skills als creativiteit een steeds prominentere plek gekregen in de landelijke opleidingsprofielen. Ook zien we dat nieuwe didactische modellen, zoals High Impact Learning, een plek krijgen in de curricula. Deze didactiek draait om samenwerken aan echte beroepsopdrachten onder begeleiding van een coach.

De veranderingen vragen om een docent die de rol kan aannemen van verbinder tussen de student en de beroepspraktijk. De docent is degene die de beroepspraktijk in de context plaatst en studenten helpt in de uitdagingen die ze tegenkomen.



Interactieve marketingessie

Een interactieve marketingessie is een bijeenkomst waarin een facilitator met stakeholders een (sub) doelstelling in het marketingproces probeert te bereiken. Vrij vertaald naar het onderwijs houdt dat in dat studenten in groepjes een dagdeel actief aan de slag gaan met een marketingwerkvorm. Zo worden de kennis en inzichten die nodig zijn voor een marketingplan, -beleid of -proces opgehaald. Studenten leren de marketingstof zo actief en creatief te gebruiken.

Het Handboek creatieve marketingwerkvormen is een praktische handleiding voor studenten en (young) professionals die door middel van interactieve marketingwerkvormen hun marketingkwaliteiten willen verbeteren. In dit boek worden de meest gebruikte modellen in de marketing gekoppeld aan een opzet voor een concrete interactieve marketingessie.

Het handboek is geschreven voor gebruik in een realistische context: de bedrijfsomgeving. Hiermee krijgt de lezer inzicht in de dynamiek van een échte interactieve marketingessie. In het onderwijs kan het boek gebruikt worden bij een echte bedrijfsopdracht, of met een casus van een realistische situatie. Het boek sluit daarbij aan en geeft zowel docenten als studenten de kennis en het inzicht om de facilitator-rol in een interactieve marketingessie te vervullen.

Per model krijgt de lezer een korte introductie van de theorie achter het model. Vervolgens wordt de lezer stapsgewijs door de interactieve marketingessie meegenomen, zodat deze zelf te reproduceren is. De docent kan hierdoor de rol van coach aannemen, terwijl studenten actief met de werkvormen aan de slag gaan.

Aan de slag in de klas

Het Handboek creatieve marketingwerkvormen kan uitstekend gebruikt worden in klassikaal, open-space en projectonderwijs. De docent kan een les kort openen en begeleiden de studenten in de zoektocht naar het meest geschikte marketingmodel in hun situatie. Vervolgens gaan de studenten zelf, stap voor stap, met het boek aan de slag met de werkvorm van het model. De docent kan het proces observeren en de uitkomst bespreken.

Het Handboek creatieve marketingwerkvormen is bedoeld voor studenten en (young) professionals met een basiskennis van marketingtheorie die door middel van interactie willen komen tot marketinginzichten rondom een bepaalde casus. Dat is bij voorkeur een échte opdracht, van een bedrijf in projectvorm, een stage of afstuderen. Ook kunnen de werkvormen gebruikt worden om met studenten te oefenen met een fictieve marketingcasus, bij voorkeur van een groot bedrijf.

Aan de slag tijdens stage of afstuderen

Als docent merkte ik dat veel studenten tijdens de stage en het afstuderen de handvatten misten om concreet aan de slag te gaan met de marketingstof. Ik zag dat studenten modellen invulden vanuit hun eigen perspectief, zonder de juiste verbinding te maken met het bedrijf. Door met de marketingwerkvormen te werken, haalt de student inzichten op uit de organisatie. Hierdoor krijgt de student beter inzicht en worden nieuwe skills geleerd.

Faciliteren is het nieuwe voorzitten

Een belangrijke skill die studenten leren door gebruik van het boek is faciliteren. Ze leren een groep door een sessie te begeleiden, zodat een gezamenlijk doel wordt bereikt. Een facilitator is voor een interactieve sessie wat een voorzitter is voor een vergadering. De facilitator zorgt voor goede voorbereiding, een prettige bijeenkomst binnen de tijd en een geslaagde uitkomst. Waar een voorzitter vaak als doel heeft om op een aantal punten besluiten te nemen, heeft een facilitator juist als doel om inzichten te verkrijgen op vooraf bepaalde thema's. Deze inzichten komen vanuit de deelnemers zelf. De facilitator zelf levert geen inhoudelijke bijdrage aan de sessie, maar begeleidt een proces.

Zowel de docent als de student kan de rol van facilitator op zich nemen. Wanneer er regelmatig met de werkvormen uit dit boek gewerkt wordt, kan de docent een aantal keren de rol van facilitator op zich nemen zodat de studenten van hem of haar kunnen leren. Heeft de docent zijn of haar kennis over faciliteren al eerder gedeeld, dan kan een student deze rol op zich nemen. We adviseren in het kader van 'learning by doing' dat alle studenten minstens een keer de facilitator zijn.

Beoordeling

Het Handboek creatieve marketingwerkvormen maakt het mogelijk om ook op vaardigheden te ontwikkelen en te toetsen in de context van het vak marketing. Binnen de opleiding commerciële economie kan dit boek bijvoorbeeld helpen bij de skills creativiteit, samenwerken, initiatief, communicatief, nieuwsgierigheid en leiderschap.