

Verantwoordingsinformatie, behorend bij de cross-over kwalificatie mbo:

Medewerker marketing, sales en hospitality

Kwalificatie

» **Medewerker marketing, sales en hospitality**

Geldig vanaf

Inhoudsopgave

De cross-over kwalificatie kan een verwijzing bevatten naar de volgende (verantwoordings-)informatie. Dit is geen onderdeel van de kwalificatie-eisen.

<u>Verantwoordingsinformatie</u>	4
<u>1. Arbeidsmarktinformatie</u>	4
<u>2. Trends en ontwikkelingen</u>	4
<u>3. Bijzondere vereisten</u>	5
<u>4. Beroepsspecifieke moderne vreemde talen</u>	5
<u>5. Ontwikkelmogelijkheden van de beroepsbeoefenaar in het onderwijs</u>	6
<u>6. Terugvalopties</u>	6
<u>7. Samenstelling cross-over kwalificatie</u>	6
<u>8. Betrokkenen</u>	7
<u>9. Verblijfsduur 4 jaarig</u>	7
<u>10. Aanvullende informatie</u>	7
<u>11. Certificaten</u>	7

Verantwoordingsinformatie

1. Arbeidsmarktinformatie

Bijna elke organisatie in de toeristisch, recreatieve sector heeft te maken met marketingcommunicatie en commerciële verkoopactiviteiten. Om in te kunnen spelen op de veranderende markt waarbij beleving en belevingseconomie steeds belangrijker worden, mensen iets unieks willen beleven en betekenisvol willen genieten en een duurzame invulling willen van hun vrije tijd, is er behoefte aan een medewerker met kennis en vaardigheden van marketing, commerciële verkoopactiviteiten en hospitality. Op deze manier is servicegericht/gastgericht werken naar een ander (tactisch) niveau te tillen: van servicegericht naar marketinggericht, zelfs wellicht naar een communitygerichte organisatie. Dat vraagt specifieke vaardigheden en om verdieping én verbreding van theoretische kennis. Kennis van technologie en technologische ontwikkelingen zijn hierbij essentieel. Een ander aspect betreft de commerciële vaardigheden. Het (toeristisch/recreatieve) bedrijfsleven vraagt in toenemende mate om medewerkers die een juiste balans weten te vinden tussen hospitality en commerciële vaardigheden.

2. Trends en ontwikkelingen

Wetgeving en regelgeving

Bij het ontwikkelen en uitvoeren van marketing- en communicatieactiviteiten zijn organisaties gebonden aan wet- en regelgeving. Voorbeelden van relevante wet- en regelgeving zijn de Wet Bescherming Persoonsgegevens, de Telecommunicatiewet, de Postwet, de Auteurswet (inclusief portretrecht) en de Databankenwet. Wijzigingen in de voor de beroepsgroep relevante wet- en regelgeving kunnen invloed hebben op de wijze waarop de werkzaamheden uitgevoerd worden. Het belang neemt toe dat medewerkers op de hoogte zijn van wet- en regelgeving op deze gebieden, omdat deze voortdurend verandert.

Ontwikkelingen in de beroepsuitoefening

Toerisme en Recreatie waren altijd al een belangrijke pijler van de Nederlandse economie en hebben een vaste plaats ingenomen in strategische visie en beleidsnota van gemeentes en provincies. De bedrijfseconomische belangen van deze branche worden beter behartigd. Om studenten beter voor te bereiden op de nieuwe economie dienen marketing, imagineering, conceptdenken en designthinking, WEB 2 en 3 applicaties een plaats krijgen binnen de opleiding, dan wel de inzet van augmented reality of de cruciale Mobile Moments. Middels belevingscommunicatie en imagineering wordt de band tussen organisatie en doelgroep door middel van beleving versterkt. Hierbij wordt de boodschap niet alleen via tekst op een rationele manier overgedragen, maar juist via alle zintuigen. Dit geldt uiteraard voor zowel de B-to-B als de B-to-C markt. Binnen de eigen DRP Hospitality campus in Breda waar onder andere al een tourist office, een brasserie en een marketingbureau aanwezig zijn en in 2024 zelfs een verblijfs- en dagrecreatief aanbod, kunnen de nodige vaardigheden aangeleerd en verdiept worden met real life cases en echte gasten uit de eigen community. Hier worden de studenten klaargestoomd in een veilige setting tot gastgerichte en gedreven hospitalityprofessionals.

De Rooi Pannen werkt nauw samen met de stad Breda en organisaties als Breda Marketing, Grote Kerk en de gemeente Breda op het gebied van citymarketing. De centrale vraag luidt hoe het merk Breda als stad van creativiteit en technologie naar de gekozen stakeholders te vermarkten, waarbij de drie G's van grenzeloos, groen en gastvrij de belangrijkste factoren zijn, nl de grenzeloze stad van creativiteit, de historische stad in het park en de gastvrije stad van ontmoeting. Op alle drie de topics haken we aan, waarbij de gastvrije stad van ontmoeting alleen al zoveel aanknopingspunten biedt voor studenten van Marketing, Sales en Hospitality door steeds de koppeling te maken tussen marketing en sales aan de ene kant en hospitality aan de andere kant.

Studenten leren vraag en aanbod analyseren, het ontwikkelen van een belevenisvol en innovatief narratief op basis van scherpe strategische keuzes en hoe dit uiteindelijk naar de stakeholders vermarkt wordt door middel van enerzijds een commercieel aanbod en anderzijds het opzetten en bouwen aan de hechte gastvrije community en het ontwikkelen van digitale voorzieningen als apps, audiotours en Augmented Reality, die de rijke historie en veelzijdigheid belichten. Daarnaast kunnen ze allerhande hospitality taken uitvoeren in de publieksfunctie van de stad.

Uiteraard kan een en ander ook voor grote verblijfsaccommodaties (zoals Hof van Zeeland), dagattractieparken, family entertainment centres, multifunctionale leisurelocaties, esportevents, urban culture & sports, festivals of andere citymarketingorganisaties.

Veel bedrijven en instellingen in Breda en omstreken onderstrepen het belang van deze cross-overkwalificatie en zien kansen voor de opleiding en zijn ook voornemens te faciliteren in stageplaatsen, samenwerkingsverbanden dan wel real life opdrachten, waar de studenten enorm veel kunnen leren. Waar onze studenten nu incidenteel helpen bij evenementen als Breda Jazz, Cultuurnacht en open Monumentendag gaan zij een veel structurelere rol spelen in het gastvrijheidsdenken van de stad en de regio en maken zij onderdeel uit van het creatieve en conceptuele proces. Dat maakt het nog boeiender en leerzamer.

Bronnen:

- PIM Trendrapport 2021 “vermenselijking van merken”
- NRIT Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020 -deel 1 Trends
- Economische visie gemeente Breda nov 2019
- Internationale hotspot voor toegepaste technologie en creativiteit <https://repository.officiële-overheidspublicaties.nl/externebijlagen/exb-2019-51862/1/bijlage/exb-2019-51862.pdf>
- Breda Brengt het samen, 2020
- Gastvrij – Breda Smart City (smartcitybreda.com)

Gesprekspartners werkveld:

- Breda Marketing – Mevr. H. Assies
- Grote Kerk Breda - Mevr. M Wiegel
- Van Beurden Professional (Beauty & Wellness) – de heer H. Strijbosch
- Hof van Zeeland – de heer R. Provoost
- Breda University of applied sciences – De heer G. Lukken

3. Bijzondere vereisten

Medewerker marketing, sales en hospitality

Nee

4. Beroepsspecifieke moderne vreemde talen

Verantwoording Medewerker marketing, sales en hospitality

De Rooi Pannen en de bedrijven waarmee in de regio wordt samengewerkt zijn tot de conclusie gekomen dat het op niveau B1 beheersen van de vijf taalvaardigheden in het Engels als beroepsspecifieke moderne vreemde taal het best bij de beroepspraktijk van de Medewerker marketing, sales en hospitality past. Zodoende is ook het gewenste beheersingsniveau van de taalvaardigheid 'Schrijven' verhoogt naar B1. Een tweede beroepsspecifieke moderne vreemde taak is niet voor alle bedrijven in de regio nodig. Hierdoor willen onderwijs en bedrijfsleven een tweede moderne vreemde taal niet voor alle studenten verplicht stellen. De studenten die zich ook in een tweede beroepsspecifieke moderne vreemde taal willen ontwikkelen kunnen van de keuzedelen gebruik maken.

Engels

Voor Engels is het volgende te bereiken niveau vastgesteld:

- Luisteren: B1
- Lezen: B1
- Gesprekken voeren: B1
- Spreken: B1
- Schrijven: B1

De keuze voor het niveau B1 in het domein Luisteren is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalactiviteiten:

- Luistert naar voorstellen van anderen. Luistert tijdens vakspecifieke gesprekken. Analyseert wensen opdrachtgever en vat samen wat er gezegd is.

De keuze voor het niveau B1 in het domein Lezen is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalactiviteiten:

- Leest verzamelde gegevens/informatie/bijdragen voor (strategische en operationele) plannen. Leest nieuws- en 6 van 10 informatiebronnen. Combineert/vergelijkt informatie uit verschillende informatiebronnen. Leest veiligheidsvoorschriften.

De keuze voor het niveau B1 in het domein Gesprekken voeren is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalactiviteiten:

- Licht voorstellen voor een plan toe. Verzamelt middels vraaggesprekken informatie. Inventariseert wensen opdrachtgever en vat samen wat er gezegd/afgesproken is. Fungeert als aanspreekpunt tijdens een evenement; verspreidt informatie en beantwoordt vragen van gasten en personeel.

De keuze voor het niveau B1 in het domein Spreken is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalactiviteiten:

- Licht voorstellen voor een plan toe. Licht een draaiboek toe. Rapporteert mondeling over gesignaleerde ontwikkelingen/voortgang en getrokken conclusies.

De keuze voor het niveau B1 in het domein Schrijven is gebaseerd op het voorkomen van o.a. de volgende taalactiviteiten:

- Informeert onder andere opdrachtgevers via bijvoorbeeld een mailing, presenteert informatie en vult formulieren in.

Medewerker marketing, sales en hospitality

Engels					
	Luisteren	Lezen	Gesprekken voeren	Spreeken	Schrijven
C2					
C1					
B2					
B1	x	x	x	x	x
A2	x	x	x	x	x
A1	x	x	x	x	x

5. Ontwikkelmogelijkheden van de beroepsbeoefenaar in het onderwijs

Voor wat betreft het studieloopbaanperspectief geldt dat een gediplomeerde 'Medewerker marketing, sales en hospitality' rechtstreeks toegang heeft tot het hbo. Voorbeelden hiervan zijn 'Commerciële economie', 'Sales- en accountmanagement', 'Toerisme' en 'Leisure'. Bij het toetreden tot de arbeidsmarkt kan een 'Medewerker marketing, sales en hospitality' doorgroeien naar hogere functies op het gebied van bijvoorbeeld senior projectleider of (senior) accountmanager.

6. Terugvalopties

Voor de mbo-4 opleiding Medewerker marketing, sales en hospitality bestaan de volgende terugvalopties binnen De Rooi Pannen:

Domein: Economie en administratie (Crebonr. 79090)

Kwalificatiedossier: Marketing, communicatie en evenementen (Crebonr. 23067)

- Kwalificatie: Medewerker evenementenorganisatie (Crebonr. 25147)

- Kwalificatie: Medewerker marketing en communicatie (Crebonr. 25148)

Domein: Toerisme en recreatie (Crebonr. 79130)

Kwalificatiedossier: Travel, Leisure & Hospitality (Crebonr. 23264)

- Kwalificatie: Zelfstandig medewerker travel & hospitality (Crebonr. 25649)

7. Samenstelling cross-over kwalificatie

Domein: Economie en administratie (Crebonr. 79090)

Kwalificatiedossier: Marketing, communicatie en evenementen (Crebonr. 23067)

Kwalificatie: Medewerker marketing en communicatie (Crebonr. 25148)

Kerntaak B1-K1: Assisteert bij het opstellen van operationele plannen ter uitwerking van het marketing- en communicatiebeleid

- werkproces B1-K1-W1: Zoekt informatie op voor een operationeel plan en analyseert deze

- werkproces B1-K1-W2: Doet voorstellen voor een operationeel plan

- werkproces B1-K1-W3: Werkt een operationeel plan uit

- werkproces B1-K1-W4: Becommentarieert en actualiseert operationele plannen

Kerntaak B1-K2: Verzorgt on- en offline marketing- en communicatieactiviteiten

- werkproces B1-K2-W2: Bedenkt oplossingen voor marketing- en communicatievraagstukken

- werkproces B1-K2-W7: Verzorgt de informatie op internet en intranet en onderhoudt de website

Ter informatie:

De Rooi Pannen en de bedrijven waarmee in de regio wordt samengewerkt zijn tot de conclusie gekomen dat de niet overgenomen werkprocessen uit de toeleverende kerntaak niet tot de kernactiviteiten behoren van een Medewerker marketing, sales en hospitality. De bestaande titel van de kerntaak dekt de lading van de geselecteerde werkprocessen.

Domein: Economie en administratie (Crebonr. 79090)

Kwalificatiedossier: Marketing, communicatie en evenementen (Crebonr. 23067)

Kwalificatie: Medewerker evenementenorganisatie (Crebonr. 25147)

Kerntaak P2-K1: Organiseert evenementen

- werkproces P2-K1-W1: Overlegt met opdrachtgever

- werkproces P2-K1-W2: Stelt een plan van aanpak op voor een evenement en licht dit toe

- werkproces P2-K1-W8: Coördineert en bewaakt de voortgang tijdens het evenement en evalueert het evenement

Ter informatie:

De Rooi Pannen en de bedrijven waarmee in de regio wordt samengewerkt zijn tot de conclusie gekomen dat de niet overgenomen werkprocessen uit de toeleverende kerntaak niet tot de kernactiviteiten behoren van een Medewerker marketing, sales en hospitality. De bestaande titel van de kerntaak dekt de lading van de geselecteerde werkprocessen.

Domein: Toerisme en recreatie (Crebonr. 79130)

Kwalificatiedossier: Travel, Leisure & Hospitality (Crebonr. 23264)

Kwalificatie: Zelfstandig medewerker travel & hospitality (Crebonr. 25649)

Kerntaak B1-K1: Treedt op als aanspreekpunt voor klanten/gasten

- werkproces B1-K1-W1: Ontvangt de klant/gast
- werkproces B1-K1-W2: Informeert en adviseert de klant/gast
- werkproces B1-K1-W3: Verkoopt en/of verhuurt producten en/of diensten
- werkproces B1-K1-W4: Signaleert en behandelt klachten
- werkproces B1-K1-W5: Onderhoudt in- en/of externe contacten
- werkproces B1-K1-W6: Werft klanten/gasten en opdrachten

Kerntaak P2-K1: Realiseert commercieel aanbod

- werkproces P2-K1-W1: Promoot producten en diensten
- werkproces P2-K1-W2: Stelt een passend aanbod op met gerelateerde services en producten
- werkproces P2-K1-W3: Maakt een prijsberekening bij het aanbod

8. Betrokkenen

De cross-overkwalificatie Medewerker marketing, sales en hospitality is ontwikkeld door ontwikkelaars van De Rooi Pannen. Gedurende het ontwikkelproces is er samenwerking en afstemming geweest met:

- Breda Marketing
- Vakantiepark Hof van Zeeland

9. Verblijfsduur 4 jarig

n.v.t.

10. Aanvullende informatie

n.v.t.

11. Certificaten

N.v.t.