

## 4.1 Marketing medewerker

### Algemene informatie

Context van de kwalificatie	De marketing medewerker is voornamelijk werkzaam op een afdeling marketing bij (profit) organisaties uit een verscheidenheid van sectoren.
Typerende beroepshouding	De marketing medewerker moet o.a. een nauwkeurige werkhouding hebben, marktgericht denken en zich consumentgericht opstellen, proactief zijn, kunnen improviseren, zowel mondeling als schriftelijk zeer uitdrukingsvaardig zijn, sensitiviteit hebben, zich flexibel en dienstverlenend opstellen, zelfstandig én in teamverband kunnen werken.
Niveau van de beroepsuitoefening	Niveau 4
Rol en verantwoordelijkheden	De marketing medewerker assisteert en ondersteunt de marketingmanager bij het opstellen van operationele plannen ten behoeve van het strategisch beleid en voert de operationele werkzaamheden uit dit soort plannen zelfstandig uit, binnen de gegeven taakstelling vanuit de organisatie en zonder tussentijds verantwoording af te leggen aan de leidinggevende. Er is sprake van gedelegeerde verantwoordelijkheden. De reikwijdte van de (gedelegeerde) verantwoordelijkheden is mede afhankelijk van de afdeling waar de marketing medewerker werkt. Er zijn organisaties met afzonderlijke afdelingen voor marketing, verkoop en/of communicatie, maar ook organisaties die deze afdelingen hebben geïntegreerd. Zo kan de marketing medewerker verantwoordelijk zijn voor enkele specifieke tot een breed scala aan taken.
Complexiteit	Het mede opstellen en uitvoeren van operationele plannen ten behoeve het marketingbeleid heeft een hoge mate van complexiteit. De marketing medewerker is hierdoor namelijk mede verantwoordelijk voor het halen van de commerciële doelstellingen. Bovendien zijn veel werkzaamheden gerelateerd, zodat er sprake is van een hoog afbreukrisico van klantrelaties. Daarnaast wordt het beroep gekenmerkt door een redelijke variatie in en onvoorspelbaarheid van de werkzaamheden. Voor de uitoefening van het beroep is specifieke kennis en vaardigheid op het gebied van marketing (theorieën, modellen), marktonderzoek en marktverkenning, (project)planning, begroting en budgetbewaking noodzakelijk.
Wettelijke beroepsvereisten	Nee
Branche vereisten	Nee
Nederlands en (moderne) vreemde talen, rekenen en wiskunde	<p>In overeenstemming met de wet Referentieniveaus Nederlandse taal en rekenen zijn de voor het mbo vastgestelde referentieniveaus Nederlandse taal en rekenen van toepassing. Voor deze kwalificatie zijn het referentieniveau Nederlands en het referentieniveau rekenen vastgesteld op 3F. De beroepseisen ten aanzien van Nederlands en rekenen zijn beschreven in deel C van dit dossier.</p> <p>De beroepseisen ten aanzien van een (moderne) vreemde taal (of talen) zijn beschreven in deel C van dit dossier. Het betreft Engels en een tweede MVT.</p>

## 2.1 Marketing medewerker

**Kerntaak 1** Assisteert bij het opstellen van operationele plannen ten behoeve van het strategisch marketing- en/of communicatiebeleid

**Proces-competentie-matrix Marketing medewerker**

Kerntaak 1 Assisteert bij het opstellen van operationele plannen ten behoeve van het strategisch marketing- en/of communicatiebeleid		Competenties																								
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
		Bejissen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "Klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen	Omgaan met verandering en aanpassen	Met druk en tegenslag omgaan	Gedrevenheid en ambitie tonen	Ondernemend en commercieel handelen	Bedrijfsmatig handelen
Werkprocessen																										
1.1	Zoekt informatie op voor een operationeel plan											X		X				X								
1.2	Analyseert informatie voor een operationeel plan					X				X			X													
1.3	Doet voorstellen voor een operationeel plan								X	X					X											
1.4	Werkt een operationeel plan uit					X					X						X			X						
1.5	Becommentarieert een operationeel plan				X	X			X				X													

### Betekenis van de kerntaak voor deze kwalificatie

In deze matrix is per kerntaak aangegeven welke competenties aangewend worden bij de uitvoering van de werkprocessen voor deze kwalificatie. Dit is zichtbaar door middel van een kruisje in de matrix.

## **Detaillering proces-competentie-matrix Marketing medewerker**

<b>Kerntaak 1 Assisteert bij het opstellen van operationele plannen ten behoeve van het strategisch marketing- en/of communicatiebeleid</b>			
<b>1.1 werkproces: Zoekt informatie op voor een operationeel plan</b>			
<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker zoekt op verzoek van het management grondig naar informatie en achterhaalt daarvoor alle belangrijke informatiebronnen (traditionele en digitale media) en selecteert vervolgens mogelijk relevante informatie. Zo nodig vraagt hij om verduidelijking van de informatiebehoefte.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Alle relevante informatie is beschikbaar.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Materialen en middelen inzetten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geschikte materialen en middelen kiezen</li> </ul>	De marketing medewerker kiest op basis van de informatiebehoefte de juiste informatiebronnen om relevante informatie te zoeken voor het plan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Belangrijke begrippen en concepten m.b.t. strategische aspecten van het marketingbeleid</li> <li>Leesvaardigheid Engels en tweede moderne vreemde taal</li> <li>Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li> <li>Relevante informatiebronnen zoals internet en social media en hun technologische toepassingen</li> <li>Zoekvaardigheden</li> </ul>
Onderzoeken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informatie achterhalen</li> </ul>	De marketing medewerker zoekt met behulp van traditionele en digitale media grondig naar informatie en krijgt daardoor de juiste en voldoende gegevens boven tafel voor het plan.	
Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aansluiten bij behoeften en verwachtingen</li> </ul>	De marketing medewerker vraagt het management zo nodig om verduidelijking van de informatiebehoefte zodat hij op zoek gaat naar die informatie die aansluit op de behoeften en verwachtingen van het management.	

<b>Kerntaak 1 Assisteert bij het opstellen van operationele plannen ten behoeve van het strategisch marketing- en/of communicatiebeleid</b>			
<b>1.2 werkproces: Analyseert informatie voor een operationeel plan</b>			
<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker toetst gegevens/informatie kritisch en legt zijn analyse ter becommentariëring aan collega's voor. De medewerker presenteert de voor het plan gevonden informatie aan het management en beperkt zich tot de hoofdzaken.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De informatie is getoetst en de relevantie, juistheid, betrouwbaarheid, hoofd- en bijzaken zijn duidelijk aangegeven</li> <li>- De informatie is op deskundige wijze teruggekoppeld aan het management.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anderen raadplegen en betrekken</li> <li>• Proactief informeren</li> </ul>	De marketing medewerker legt zijn analyse mondeling of schriftelijk ter becommentariëring aan collega's voor om deze te informeren en te raadplegen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyseren van de financiële implicaties van het marketingbeleid</li> <li>• Analyseren van de waarde van primaire en ondersteunende marketingactiviteiten</li> <li>• Analyseren van klanten; portfolioanalyse</li> <li>• Analyseren van resultaten van het gevoerde marketingbeleid</li> <li>• Kwaliteitsnormen (ISO e.d.)</li> <li>• Leesvaardigheid Engels en tweede moderne vreemde taal</li> <li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li> <li>• Presentatievaardigheden</li> </ul>
Presenteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duidelijk uitleggen en toelichten</li> <li>• Kernachtig communiceren</li> </ul>	De marketing medewerker licht zijn zoekwerk, analyse en conclusies duidelijk toe en komt snel tot de kern waardoor betrokkenen goed worden geïnformeerd en overtuigd zijn van zijn deskundigheid.	
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie genereren uit gegevens</li> <li>• Gegevens controleren en aannames toetsen</li> <li>• Conclusies trekken</li> </ul>	De marketing medewerker toetst gegevens zo nodig op juistheid, betrouwbaarheid, volledigheid en relevantie en analyseert de gegevens door relaties tussen de gegevens te leggen en conclusies te trekken zodat het management op basis van correcte informatie beslissingen kan nemen ten aanzien van het ondernemings-, marketing- of (operationeel) beleid.	

<b>Kerntaak 1 Assisteert bij het opstellen van operationele plannen ten behoeve van het strategisch marketing- en/of communicatiebeleid</b>			
<b>1.3 werkproces: Doet voorstellen voor een operationeel plan</b>			
<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker ontwikkelt voorstellen voor de verbetering of vernieuwing van een operationeel plan en presenteert deze op heldere wijze en onderbouwd met argumenten.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Relevante voorstellen om tot een (aangepast) plan te komen zijn op deskundige wijze kenbaar gemaakt.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Overtuigen en beïnvloeden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ideeën en meningen naar voren brengen en onderbouwen</li> </ul>	De marketing medewerker doet actief relevante en beargumenteerde voorstellen ten behoeve van een operationeel plan en maakt daarbij bijv. gebruik van geanalyseerde informatie/verricht onderzoek en illustratieve voorbeelden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fasen van het marketing(plannings)-proces</li> <li>Marketingmodellen en -theorieën</li> <li>Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li> <li>Presentatievaardigheden</li> <li>Relevante vakgebieden als algemene economie, bedrijfseconomie en recht</li> <li>Strategische opties voor het marketingbeleid</li> <li>Voor uitoefening van het beroep relevante marketingbegrippen</li> </ul>
Presenteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Duidelijk uitleggen en toelichten</li> <li>Kernachtig communiceren</li> </ul>	De marketing medewerker licht voorstellen duidelijk toe en komt snel tot de kern waardoor betrokkenen op deskundige wijze worden geïnformeerd.	
Creëren en innoveren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toekomstvisie laten zien</li> </ul>	De marketing medewerker schetst in zijn voorstellen veelbelovende toekomstige mogelijkheden die de organisatie zou kunnen verwezenlijken, opdat de commerciële positie van de organisatie uitgebouwd wordt.	

<b>Kerntaak 1 Assisteert bij het opstellen van operationele plannen ten behoeve van het strategisch marketing- en/of communicatiebeleid</b>			
<b>1.4 werkproces: Werkt een operationeel plan uit</b>			
<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker werkt voorstellen van hemzelf en anderen voor het operationele plan uit. Hij stelt binnen het plan reële doelen en prioriteiten. Hij legt het plan ter becommentariëring voor aan collega's en/of direct leidinggevende.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Een uitgewerkt plan.</li> <li>- Plan is ter becommentariëring voorgelegd aan collega's en/of direct leidinggevende.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anderen raadplegen en betrekken</li> <li>• Proactief informeren</li> </ul>	De marketing medewerker legt het plan ter becommentariëring aan collega's en/of direct leidinggevende voor zodat deze op de hoogte zijn van de geplande werkzaamheden en hier invloed op uit kunnen oefenen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasen van het marketing(plannings)-proces</li> <li>• Marketingmodellen en -theorieën</li> <li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li> <li>• Onderdelen van het (strategisch) marketingplan</li> <li>• Voor uitoefening van het beroep relevante marketingbegrippen</li> </ul>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nauwkeurig en volledig rapporteren</li> <li>• Structuur aanbrengen</li> </ul>	De marketing medewerker werkt het plan zorgvuldig uit door alle relevante informatie erin te verwerken en het een heldere structuur te geven zodat het de betrokkenen goed informeert.	
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activiteiten plannen</li> </ul>	De marketing medewerker brengt in het plan de te verrichten activiteiten volledig in kaart zodat het plan systematisch gerealiseerd kan worden.	
Instructies en procedures opvolgen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werken conform voorgeschreven procedures</li> </ul>	De marketing medewerker werkt het plan uit volgens de daarvoor geldende instructies; als er een format voor bestaat gebruikt hij dit zoals het bedoeld is.	

## Kerntaak 1 Assisteert bij het opstellen van operationele plannen ten behoeve van het strategisch marketing- en/of communicatiebeleid

### 1.5 werkproces: Becommentarieert een operationeel plan

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker beoordeelt de bijdragen die anderen aan het operationele plan leveren. Of deze nu mondeling of schriftelijk zijn, hij toont aandacht, denkt na/mee over de materie, geeft helder aan wat hij van de bijdrage vindt, en relateert de bijdrage aan de andere bijdragen opdat ze een geheel kunnen vormen. De medewerker neemt, op verzoek van zijn leidinggevende, bestaande operationele plannen door en actualiseert ze op basis van nieuwe informatie en inzichten.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Een gefundeerd oordeel over een voorstel en over de aansluiting van dat voorstel op de andere voorstellen is naar voren gebracht.</li> <li>- Zorgvuldig geactualiseerde operationele plannen.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Aandacht en begrip tonen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Luisteren</li> </ul>	De marketing medewerker luistert aandachtig als een ander zijn voorstellen naar voren brengt, geeft een ander de kans te vertellen wat hij wil vertellen en stelt zo nodig op een gepast moment vragen ter verduidelijking.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingmodellen en -theorieën</li> <li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li> <li>• Omgangsvormen</li> <li>• Onderdelen van het marketing(plannings)proces</li> <li>• Overlegvaardigheden</li> <li>• Voor uitoefening van het beroep relevante marketingbegrippen</li> </ul>
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Openhartig en oprecht communiceren</li> </ul>	De marketing medewerker zegt/schrijft eerlijk wat hij vindt van andermans voorstellen/ideeën voor het operationele plan en licht zijn mening toe opdat het voorstel/idee/plan zo nodig inhoudelijk aangescherpt wordt en de relevantie van het plan voor de organisatie toeneemt.	
Overtuigen en beïnvloeden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideeën en meningen naar voren brengen en onderbouwen</li> </ul>	De marketing medewerker doet actief relevante en beargumenteerde voorstellen ten aanzien van een beleidsvoorstel dat door een ander naar voren wordt gebracht.	
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie genereren uit gegevens</li> <li>• Verbanden leggen</li> </ul>	De marketing medewerker analyseert het operationele plan of voorstellen daarvoor grondig en relateert deze aan reeds bekende (markt)informatie, en de (lange termijn) doelstellingen van de organisatie zodat hij eventuele discrepanties herkent, verwijdt en/of kan melden.	

## Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken

### Proces-competentie-matrix Marketing medewerker

Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken		Competenties																								
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
		Beslissen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen	Omgaan met verandering en aanpassen	Met druk en tegenslag omgaan	Gedrevenheid en ambitie tonen	Ondernemend en commercieel handelen	Bedrijfsmatig handelen
Werkprocessen																										
2.1	Volgt ontwikkelingen op de markt											X	X						X						X	
2.2	Analyseert de gesignaleerde ontwikkelingen													X	X											
2.3	Verwerkt de analyse tot managementinformatie										X					X				X						
2.4	Zet marktverkenningsinitiatieven op									X						X		X							X	
2.5	Zet marktonderzoeken op										X		X	X				X		X						
2.6	Voert marktonderzoeken uit					X					X			X	X			X		X						

### Betekenis van de kerntaak voor deze kwalificatie

In deze matrix is per kerntaak aangegeven welke competenties aangewend worden bij de uitvoering van de werkprocessen voor deze kwalificatie. Dit is zichtbaar door middel van een kruisje in de matrix.



## **Detaillering proces-competentie-matrix Marketing medewerker**

<b>Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken</b>			
<b>2.1 werkproces: Volgt ontwikkelingen op de markt</b>			
<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker is altijd alert op ontwikkelingen en nieuwe informatie t.a.v. de markt, een product en/of dienst en de klant. Hij probeert deze constant te volgen. Hij gebruikt daarbij verschillende bronnen om deze informatie te verzamelen. Hij bewaart de verzamelde gegevens.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Voldoende relevante gegevens zijn beschikbaar.</li> <li>- De medewerker is op de hoogte van de allerlaatste ontwikkelingen.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Vakdeskundigheid toepassen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vakspecifieke mentale vermogens aanwenden</li> </ul>	De marketing medewerker neemt snel en veel informatie in zich op, onthoudt gemakkelijk, associeert vlot en leest nauwkeurig.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actuele trends en ontwikkelingen in het vakgebied, branche e.d.</li> <li>• Belangrijke publieks- en relatiegroepen</li> <li>• Leesvaardigheid Nederlands, Engels en tweede moderne vreemde taal</li> <li>• Relevante informatiebronnen zoals internet en social media en hun technologische toepassingen</li> </ul>
Materialen en middelen inzetten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschikte materialen en middelen kiezen</li> <li>• Materialen en middelen doeltreffend gebruiken</li> </ul>	De marketing medewerker kiest de juiste informatiebronnen om de marktontwikkelingen te volgen en maakt er effectief gebruik van, zodat hij geen belangrijke informatie mist. Indien nodig zoekt de medewerker naar nieuwe informatiebronnen.	
Kwaliteit leveren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Systematisch werken</li> </ul>	De marketing medewerker pakt het werk op een ordelijke en systematische manier aan, bewaart de verzamelde gegevens overzichtelijk c.q. gebruikt een logische systematiek zodat de gegevens als daarnaar gevraagd wordt snel vindbaar zijn.	
Ondernemend en commercieel handelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De markt en de spelers daarin kennen</li> <li>• Kansen en mogelijkheden identificeren en creëren</li> </ul>	De marketing medewerker volgt de markten waarop de organisatie actief is, is op de hoogte van wat er speelt op de markt en bij de concurrenten en trekt daaruit reële conclusies wat betreft de kansen en bedreigingen voor de organisatie.	

**Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken****2.2 werkproces: Analyseert de gesignaleerde ontwikkelingen**

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker analyseert de beschikbare gegevens, legt verbanden tussen gegevens, combineert gegevens uit verschillende bronnen tot relevante informatie. Hij onderzoekt vraagstukken op verschillende manieren.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Verkregen informatie is voldoende geanalyseerd en geïnterpreteerd.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informatie genereren uit gegevens</li><li>• Gegevens controleren en aannames toetsen</li><li>• Informatie uiteenrafelen</li><li>• Conclusies trekken</li></ul>	De marketing medewerker brengt structuur aan in een veelheid aan gegevens over mogelijke ontwikkelingen, legt relaties tussen gegevens uit verschillende informatiebronnen, toetst de gegevens, scheidt hoofd- en bijzaken, en trekt vervolgens logische conclusies zodat mogelijke ontwikkelingen vanuit meerdere invalshoeken geanalyseerd worden.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse- en onderzoeksvaardigheden (desk research)</li><li>• Inzicht in de markt en haar omgeving</li><li>• Kennis van kwaliteitsnormen (ISO e.d.)</li><li>• Leesvaardigheid Nederlands, Engels en tweede moderne vreemde taal</li><li>• Overlegvaardigheden</li></ul>
Onderzoeken	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vanuit meerdere invalshoeken kijken</li></ul>	De marketing medewerker kijkt vanuit een breed perspectief naar de nieuwe marktontwikkelingen, ziet en benoemt zowel de positieve als de negatieve kanten van de ontwikkelingen.	

**Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken****2.3 werkproces: Verwerkt de analyse tot managementinformatie**

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker verwerkt de analyse tot managementinformatie. Hij schetst zakelijke mogelijkheden die de afdeling/organisatie zou kunnen verwezenlijken. Hij verwerkt zijn bevindingen in een rapport of bespreekt deze direct met de opdrachtgever c.q. leidinggevende.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bruikbare managementinformatie, gebaseerd op gesignaleerde ontwikkelingen met reële conclusies ten aanzien van zakelijke mogelijkheden.</li><li>- Een heldere en gestructureerde presentatie (mondeling of schriftelijk) van de informatie aan de opdrachtgever.</li></ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nauwkeurig en volledig rapporteren</li><li>• Communicatie op de ontvanger(s) richten</li></ul>	De marketing medewerker rapporteert volledig en nauwkeurig over de gesignaleerde ontwikkelingen en zijn conclusies en presenteert deze op zo'n manier dat hij inspeelt op de informatiebehoefte van het management.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fasen van het marketing(plannings)-proces</li><li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li><li>• Voor uitoefening van het beroep relevante marketingbegrippen</li></ul>
Creëren en innoveren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Toekomstvisie laten zien</li></ul>	De marketing medewerker schetst reële toekomstige afzetmarkten en doelgroepen voor producten en/of diensten van de afdeling/organisatie.	
Instructies en procedures opvolgen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werken conform voorgeschreven procedures</li></ul>	De marketing medewerker gebruikt voor het opstellen van managementinformatie de voorgeschreven handelswijze/het voorgeschreven format zodat de informatie volgens de gewenste structuur gepresenteerd wordt.	

## Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken

### 2.4 werkproces: Zet marktverkenningsinitiatieven op

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker introduceert (nieuwe) initiatieven en houdt bij deze initiatieven rekening met afdelings- en/of organisatiedoelen en met toekomstige trends en ontwikkelingen. De medewerker formuleert uitdagende doelstellingen voor het verder uitbouwen van al bestaande activiteiten van de organisatie op het gebied van marktverkenning. De medewerker werkt zijn marktverkenningsinitiatieven uit in plannen en activiteiten en licht deze, met onderbouwing, toe.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Helder geformuleerde en vernieuwende voorstellen voor marktverkenningsinitiatieven uitgewerkt in concrete plannen en activiteiten.</li> <li>- Een heldere en gestructureerde mondelinge presentatie van de voorstellen.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Presenteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duidelijk uitleggen en toelichten</li> </ul>	De marketing medewerker legt zaken duidelijk uit, houdt een logisch en goed te begrijpen mondeling of schriftelijk betoog en controleert in geval van een mondelinge toelichting of wat hij wilde zeggen goed is overgekomen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belangrijke publieks- en relatiegroepen</li> <li>• Fasen van het marketing(plannings)-proces</li> <li>• Marketingmodellen en -theorieën</li> <li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li> <li>• Standaard marketinginstrumentarium</li> </ul>
Creëren en innoveren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toekomstgerichte strategie(ën) ontwikkelen</li> <li>• Vernieuwend en creatief handelen</li> </ul>	De marketing medewerker introduceert vernieuwende initiatieven die inspelen op trends en marktontwikkelingen maar ook rekening houden met de langetermijndoelen van de organisatie.	
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activiteiten plannen</li> <li>• Mensen en middelen organiseren</li> </ul>	De marketing medewerker brengt de voor het initiatief benodigde activiteiten zorgvuldig in kaart en schetst welke mensen en middelen noodzakelijk zijn om het initiatief te realiseren.	
Ondernemend en commercieel handelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kansen en mogelijkheden identificeren en creëren</li> <li>• Kansen en mogelijkheden benutten</li> </ul>	De marketing medewerker onderkent kansen om de marktverkenningen van de organisatie te verbeteren en vertaalt ze in concrete, uitdagende maar ook haalbare initiatieven.	

## Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken

### 2.5 werkproces: Zet marktonderzoeken op

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker zet (in opdracht) een marktonderzoek op. Hij analyseert de onderzoeksvraag, stelt onderzoeksitems vast en komt met een haalbaar onderzoeksvoorstel. De medewerker werkt het onderzoeksvoorstel uit, dat wil zeggen dat hij een volledige en gedetailleerde marktondersoeksofzet maakt, zo kiest hij de meest geschikte onderzoeksmethodiek, formuleert hij een doelstelling/probleemstelling en de onderzoeksvragen. De medewerker plant en regelt de onderzoeksactiviteiten, en legt vast welke mensen en middelen nodig zijn om het werk uit te voeren.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Een passend onderzoeksvoorstel.</li> <li>- Een geschikte onderzoeksopzet.</li> <li>- Goed geregelde onderzoeksactiviteiten.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correct formuleren</li> <li>• Structuur aanbrengen</li> <li>• Vlot en bondig formuleren</li> </ul>	De marketing medewerker formuleert onderzoeksvoorstellen, -doelen, -opzetten e.d. helder waardoor de bedoeling voor de betrokkenen duidelijk is. Bovendien formuleert de medewerker onderzoeksvragen zodanig dat de vragen taalkundig correct zijn en goed te begrijpen voor de doelgroep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasen van het marktonderzoekpro-ces</li> <li>• Functie van mark(e)t(ing)onderzoek</li> <li>• Haalbaarheid van een marktonderzoek</li> <li>• Relevante traditionele en digitale media en hun toepassingen</li> <li>• Schriftelijke taalbeheersing Nederlands, Engels en een tweede moderne vreemde taal</li> <li>• Soorten marktonderzoek</li> <li>• Standaard marktonderzoeks-instrumentarium</li> </ul>
Materialen en middelen inzetten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschikte materialen en middelen kiezen</li> </ul>	De marketing medewerker kiest een geschikte onderzoeksmethodiek in relatie tot de aard van het onderzoek en de met de methodiek samenhangende mogelijkheden, beperkingen en kosten.	
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie uiteenrafelen</li> <li>• Oplossingen voor problemen bedenken</li> </ul>	De marketing medewerker analyseert de onderzoeksvraag grondig, komt tot een passende onderzoeksopzet en zo nodig met concrete onderzoeksvragen die meten wat ze moeten meten en hij bedenkt zo nodig verantwoorde oplossingen voor praktische problemen.	
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doelen en prioriteiten stellen</li> <li>• Activiteiten plannen</li> <li>• Tijd indelen</li> <li>• Mensen en middelen organiseren</li> </ul>	De marketing medewerker brengt de projectfasen en de voor het onderzoek benodigde activiteiten zorgvuldig in kaart, formuleert realistische doelen en streefdata en geeft een goed overzicht van welke mensen en middelen voor het onderzoek noodzakelijk zijn.	
Instructies en procedures opvolgen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werken conform voorgeschreven procedures</li> </ul>	De marketing medewerker houdt zich aan de voorgeschreven (werk)procedures voor het opzetten van marktonderzoeken.	

## Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken

### 2.6 werkproces: Voert marktonderzoeken uit

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker voert (in opdracht) een marktonderzoek uit: hij verzamelt data, verwerkt de data statistisch, analyseert de data, interpreteert de onderzoeksresultaten. Hij verwerkt de onderzoeksresultaten in een rapport en bespreekt dit met de opdrachtgever c.q. leidinggevende. De medewerker betreft het onderzoeksteam (indien nodig) bij zijn werkzaamheden. De medewerker begeleidt en bewaakt in voorkomende gevallen de uitvoering van een marktonderzoek door derden.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Goede (assistentie bij de) uitvoering c.q. begeleiding van het marktonderzoek.</li> <li>- Noodzakelijk/gewenst overleg met het onderzoeksteam heeft tijdig plaatsgevonden.</li> <li>- Voldoende data om conclusies te kunnen trekken.</li> <li>- Goede rapportage over het uitgevoerde marktonderzoek.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afstemmen</li> <li>• Anderen raadplegen en betrekken</li> <li>• Proactief informeren</li> </ul>	Indien de marketing medewerker onderdeel uitmaakt van een onderzoeksteam betreft hij de leden van het team zo nodig bij zijn werkzaamheden, hij overlegt bijvoorbeeld hoe het werk het best uitgevoerd en een probleem het best opgelost kan worden, deelt kennis, ervaringen en inzichten met anderen en wijst anderen op interessante informatie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse- en onderzoeksvaardigheden (field research)</li> <li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands, Engels en een tweede moderne vreemde taal</li> <li>• Onderzoeksrapportages</li> <li>• Relevante traditionele en digitale media en hun toepassingen</li> <li>• Statische gegevensverwerking</li> </ul>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correct formuleren</li> <li>• Nauwkeurig en volledig rapporteren</li> <li>• Structuur aanbrengen</li> <li>• Communicatie op de ontvanger(s) richten</li> </ul>	De marketing medewerker rapporteert volledig, nauwkeurig en taalkundig correct over het uitgevoerde marktonderzoek en de resultaten, en geeft zijn rapport een logische structuur. Indien hij de uitvoering van een marktonderzoek door derden begeleidt, formuleert hij (schriftelijk) over te brengen informatie taalkundig correct en zodanig dat deze is afgestemd op de informatiebehoefte van de ontvanger.	
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie genereren uit gegevens</li> <li>• Conclusies trekken</li> <li>• Verbanden leggen</li> </ul>	De marketing medewerker analyseert de verkregen gegevens grondig met gebruikmaking van de juiste analysetechnieken, maakt logische gevolgtrekkingen uit de beschikbare informatie en legt logische relaties tussen verschijnselen die hij signaleert.	
Onderzoeken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie achterhalen</li> </ul>	De marketing medewerker verzamelt informatie conform de onderzoeksopzet en weet de juiste gegevens boven tafel te krijgen.	
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doelen en prioriteiten stellen</li> <li>• Activiteiten plannen</li> <li>• Tijd indelen</li> <li>• Voortgang bewaken</li> </ul>	De marketing medewerker schat de tijd die hij voor activiteiten nodig heeft realistisch in en gebruikt zijn tijd efficiënt, rekening houdend met vastgestelde doelen en/of prioriteiten.	

**Kerntaak 2 Assisteert bij het opzetten en uitvoeren van marktverkenningen en marktonderzoeken****2.6 werkproces: Voert marktonderzoeken uit**

		Indien hij de uitvoering van een marktonderzoek door derden begeleidt, bewaakt hij de planning en de wijze van uitvoering van het marktonderzoek en onderneemt daar waar nodig passende acties. begeleidt, bewaakt hij de planning en de wijze van uitvoering van het marktonderzoek en onderneemt daar waar nodig passende acties.	
Instructies en procedures opvolgen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werken conform voorgeschreven procedures</li></ul>	De marketing medewerker houdt zich aan de voorgeschreven (werk)procedures voor het uitvoeren van en het rapporteren over marktonderzoeken.	

### Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit

#### Proces-competentie-matrix Marketing medewerker

Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit		Competenties																			
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
		Beslissen en activiteiten initiëren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwachtingen van de "Klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen
Werkprocessen		U	V	W	X	Y															
3.1	Brengt een marketing- en/of communicatievraagstuk in kaart													x	x						
3.2	Bedenkt een oplossing					x									x	x		x			
3.3	Stelt een projectplan op									x	x							x		x	
3.4	Voert een projectplan uit									x								x	x	x	
3.5	Evalueert het projectplan en het behaalde resultaat										x			x					x	x	
3.6	Ontwikkelt en beheert voorlichtings-, promotie- en/of pr-materiaal					x					x		x	x		x		x		x	
3.7	Redigeert aangeleverde teksten																				
3.8	Verzorgt de informatie op internet en intranet																				



Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit		Competenties																								
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
		Bestuurs- en activiteiten initieren	Aansturen	Begeleiden	Aandacht en begrip tonen	Samenwerken en overleggen	Ethisch en integer handelen	Relaties bouwen en netwerken	Overtuigen en beïnvloeden	Presenteren	Formuleren en rapporteren	Vakdeskundigheid toepassen	Materialen en middelen inzetten	Analyseren	Onderzoeken	Creëren en innoveren	Leren	Plannen en organiseren	Op de behoeften en verwach- tingen van de "klant" richten	Kwaliteit leveren	Instructies en procedures opvolgen	Omgaan met verandering en aanpassen	Omgaan met tegenslag omgaan	Gedrevenheid en ambitie tonen	Ondernemend en commercieel handelen	Bedrijfsmatig handelen
Werkprocessen																										
3.9	Geeft voorlichting over de organisatie aan derden (pers)																									

#### Betekenis van de kerntaak voor deze kwalificatie

In deze matrix is per kerntaak aangegeven welke competenties aangewend worden bij de uitvoering van de werkprocessen voor deze kwalificatie. Dit is zichtbaar door middel van een kruisje in de matrix.

## **Detaillering proces-competentie-matrix Marketing medewerker**

<b>Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit</b>			
<b>3.1 werkproces: Brengt een marketing- en/of communicatievraagstuk in kaart</b>			
<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker analyseert een marketingvraagstuk van de eigen organisatie of de organisatie waaraan hij een dienst verleent. Naar aanleiding van de mondelinge of schriftelijke informatie (bijvoorbeeld uit het marketingplan) die hij krijgt aangereikt zoekt de medewerker zo nodig extra informatie om een actueel en concreet beeld te krijgen van het marketingvraagstuk.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alle gegevens over het marketingvraagstuk zijn beschikbaar en gecontroleerd.</li> <li>- De juiste conclusies zijn getrokken.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie genereren uit gegevens</li> <li>• Gegevens controleren en aannames toetsen</li> <li>• Informatie uiteenrafelen</li> <li>• Conclusies trekken</li> <li>• Verbanden leggen</li> </ul>	De marketing medewerker analyseert verkregen informatie over een marketingvraagstuk grondig op juistheid, betrouwbaarheid, volledigheid en actualiteit, vergelijkt deze vervolgens met andere ontvangen informatie en trekt door vanuit verschillende invalshoeken naar het vraagstuk te kijken de juiste conclusies.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasen van het marketing(plannings)-proces</li> <li>• Leesvaardigheid Engels en tweede moderne vreemde taal</li> <li>• Marketingmodellen en -theorieën</li> <li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li> <li>• Relevante informatiebronnen zoals internet en social media en hun technologische toepassingen</li> <li>• Voor uitoefening van het beroep relevante marketingbegrippen</li> </ul>
Onderzoeken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie achterhalen</li> </ul>	De marketing medewerker gebruikt adequate informatiebronnen en/of benadert de juiste personen/instanties om extra informatie te verkrijgen, zodat hij een zo compleet mogelijk beeld van het marketingvraagstuk krijgt.	

<b>Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit</b>			
<b>3.2 werkproces: Bedenkt een oplossing</b>			
<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker bedenkt een oplossing voor het marketingvraagstuk en stemt deze af met zijn collega's, leidinggevende en de opdrachtgever. Hij ontwikkelt bijvoorbeeld een voorstel voor het ontwikkelen van een concreet product of een plan om het vraagstuk op te lossen en komt zo nodig met creatieve oplossingen die aansluiten op de wensen van de opdrachtgever.		
<b>Gewenst resultaat</b>	Er is een oplossing voor het marketingvraagstuk geformuleerd die goed aansluit op de wensen van de opdrachtgever.		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afstemmen</li> <li>Anderen raadplegen en betrekken</li> <li>Proactief informeren</li> </ul>	De marketing medewerker informeert collega's en leidinggevende/opdrachtgever (indien nodig) actief over zijn oplossing, vraagt naar hun mening en ideeën en stemt opties met hen af, zodat hij hun inbreng kan meenemen in zijn voorstel.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kennis van het standaard marketing-instrumentarium</li> <li>Marketingmodellen en -theorieën</li> <li>Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li> <li>Relevante traditionele en digitale media en hun toepassingen</li> <li>Voor uitoefening van het beroep relevante marketingbegrippen</li> </ul>
Onderzoeken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vanuit meerdere invalshoeken kijken</li> </ul>	De marketing medewerker plaatst het marketingvraagstuk in een breder perspectief, onderzoekt bijvoorbeeld hoe anderen/andere organisaties zo'n vraagstuk opgelost hebben en bedenkt (een) mogelijke oplossing(en).	
Creëren en innoveren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vernieuwend en creatief handelen</li> </ul>	De marketing medewerker bedenkt en introduceert nieuwe ideeën en oplossingen voor het marketingvraagstuk.	
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Doelen en prioriteiten stellen</li> </ul>	De marketing medewerker let bij de ideeën en oplossingen die hij bedenkt op de effectiviteit en haalbaarheid van de doelen/geplande activiteiten.	

**Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit****3.3 werkproces: Stelt een projectplan op**

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker stelt een projectplan op; hij formuleert zijn ideeën/het plan helder en presenteert ze overzichtelijk, hij kiest ter realisering geschikte materialen en middelen en plant alle noodzakelijke activiteiten. Hij verzamelt de gegevens die nodig zijn voor het opstellen van een begroting en/of budget en stelt deze vervolgens op. Hij gebruikt bij het opstellen van het projectplan het door de organisatie gehanteerde format. Hij presenteert het projectplan ter goedkeuring aan de opdrachtgever.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Een zorgvuldig uitgewerkt projectplan met een beschrijving van de wijze waarop het doel bereikt kan worden en de kosten die ermee verbonden zijn.</li><li>- Heldere presentatie van het projectplan aan de opdrachtgever.</li></ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Presenteren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duidelijk uitleggen en toelichten</li><li>• Betrouwbaarheid en deskundigheid uitstralen</li></ul>	De marketing medewerker presenteert het projectplan op heldere en krachtige wijze aan de opdrachtgever en licht de opbouw en inhoud duidelijk toe, waardoor hij deskundig overkomt en de opdrachtgever het projectplan kan beoordelen.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fasen van het marketing(plannings)-proces</li><li>• Methodieken van begroten en budgetteren</li><li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li><li>• Planningsvaardigheden</li><li>• Presentatievaardigheden</li><li>• Rekenvaardigheid</li></ul>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nauwkeurig en volledig rapporteren</li><li>• Structuur aanbrengen</li></ul>	De marketing medewerker zorgt voor een logische opbouw van het projectplan en verwerkt alle relevante informatie zodat degenen die het plan uit moeten gaan voeren goed geïnformeerd worden.	
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Doelen en prioriteiten stellen</li><li>• Activiteiten plannen</li><li>• Tijd indelen</li><li>• Mensen en middelen organiseren</li></ul>	De marketing medewerker stelt het projectplan op; hij werkt de doelstelling (verder) uit, brengt de uit te voeren activiteiten in kaart, stemt ze op elkaar af, regelt de uitvoering en houdt bij dit alles rekening met de mogelijkheden, omstandigheden en gemaakte afspraken.	
Bedrijfsmatig handelen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Financieel bewustzijn tonen</li></ul>	De marketing medewerker berekent de kosten die samenhangen met de uitvoering van een projectplan zorgvuldig zodat de financiële consequenties van het projectplan voor de opdrachtgever duidelijk worden.	
Instructies en procedures opvolgen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werken conform voorgeschreven procedures</li></ul>	De marketing medewerker houdt zich aan voorgeschreven (werk)procedures en/of formats voor het opstellen van projectplannen.	

### Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit

#### 3.4 werkproces: Voert een projectplan uit

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker presenteert het projectplan aan de betrokkenen, legt helder uit wat er moet gebeuren en zorgt ervoor dat het plan door hemzelf en/of collega's uitgevoerd wordt. Hij is daarbij alert op het halen van de kwaliteits- en productiviteitsniveaus en op het werken conform de procedures. Ook bewaakt hij het budget.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Heldere presentatie van het projectplan aan betrokkenen.</li> <li>- Volgens projectplan uitgevoerde werkzaamheden.</li> <li>- Beschikbare budget is niet overschreden.</li> </ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Presenteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duidelijk uitleggen en toelichten</li> <li>• Betrouwbaarheid en deskundigheid uitstralen</li> </ul>	De marketing medewerker licht het projectplan (in een briefing) duidelijk toe. Hij presenteert het krachtig, komt snel tot de kern, waardoor hij deskundig overkomt en zijn collega's op de hoogte zijn van het projectplan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kwaliteitsnormen (ISO e.d.)</li> <li>• Methodieken van begroten en budgetteren</li> <li>• Mondelinge taalbeheersing Nederlands, Engels en een tweede moderne vreemde taal</li> <li>• Planningsvaardigheden</li> <li>• Presentatievaardigheden</li> <li>• Rekenvaardigheid</li> <li>• Relevante traditionele en digitale media en hun toepassingen</li> </ul>
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voortgang bewaken</li> </ul>	De marketing medewerker bewaakt op actieve wijze de in het projectplan gestelde deadlines en doelen en neemt/initieert zo nodig passende maatregelen.	
Kwaliteit leveren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kwaliteit- en productiviteitsniveaus bewaken</li> <li>• Productiviteitsniveaus halen</li> <li>• Kwaliteitsniveaus halen</li> </ul>	De marketing medewerker werkt zorgvuldig en zoveel mogelijk volgens beproefde methoden, zodat het projectplan efficiënt wordt uitgevoerd en hij voldoet aan de kwaliteitseisen van de organisatie bovendien komt de medewerker wanneer daar aanleiding toe is tijdig in actie en zorgt ervoor dat het budget niet overschreden wordt.	
Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Klant"-tevredenheid in de gaten houden</li> </ul>	De marketing medewerker controleert regelmatig of door het uitvoeren van het projectplan aan de verwachtingen en wensen van de opdrachtgever wordt voldaan. Wanneer hij denkt dat dit niet zo is, communiceert hij dit tijdig met de opdrachtgever, zodat zij in gezamenlijkheid tot een oplossing kunnen komen.	
Instructies en procedures opvolgen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werken conform voorgeschreven procedures</li> </ul>	De marketing medewerker werkt bij het uitvoeren van het projectplan conform de geldende procedures.	

**Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit****3.5 werkproces: Evalueert het projectplan en het behaalde resultaat**

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker evalueert het project(plan) en het behaalde resultaat conform de voorgeschreven procedures. Hij doet dit door relevante gegevens systematisch te verzamelen en door te beoordelen of de resultaten voldoen aan de verwachtingen (c.q. doelstellingen). Hij koppelt het evaluatierapport terug aan de opdrachtgever.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Een systematische evaluatie van het project(plan).</li><li>- Een zorgvuldig opgesteld evaluatierapport met een op feiten gebaseerd oordeel over het al dan niet bereiken van de doelstellingen.</li><li>- Het evaluatierapport bevat verbetervoorstellen.</li><li>- Het evaluatierapport is op heldere wijze teruggekoppeld aan de opdrachtgever.</li></ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nauwkeurig en volledig rapporteren</li><li>• Communicatie op de ontvanger(s) richten</li></ul>	De marketing medewerker zorgt voor een nauwkeurige rapportage over en presentatie van het uitgevoerde project(plan) en richt zich daarbij op de informatiebehoefte van de opdrachtgever.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse- en evaluatievaardigheden en -technieken</li><li>• Kennis van kwaliteitsnormen (ISO e.d.)</li><li>• Mondelinge en schriftelijke taalbeheersing Nederlands</li></ul>
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gegevens controleren en aannames toetsen</li><li>• Conclusies trekken</li></ul>	De marketing medewerker toetst gegevens voortkomende uit het uitgevoerde project(plan) kritisch, constateert of bepaalde informatie ontbreekt, trekt logische gevolgtrekkingen uit de beschikbare feiten en resultaten en komt met verbetervoorstellen.	
Kwaliteit leveren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Systematisch werken</li></ul>	De marketing medewerker pakt de evaluatie van het marketingproject systematisch aan en werkt zoveel mogelijk volgens beproefde methoden.	
Instructies en procedures opvolgen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werken conform voorgeschreven procedures</li></ul>	De marketing medewerker houdt zich aan de voorgeschreven procedures en methodes voor het evalueren van een project(plan).	

**Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit****3.6 werkproces: Ontwikkelt en beheert voorlichtings-, promotie- en/of pr-materiaal**

<b>Omschrijving</b>	De marketing medewerker ontwikkelt voor de eigen organisatie of voor derden voorlichtings- en promotiemateriaal, eventueel gebruikmakend van bestaand materiaal. Hij inventariseert en analyseert de wensen van de opdrachtgever ten aanzien van dit materiaal en stemt zijn product hierop af. Hij formuleert zorgvuldig en zorgt ervoor dat het product goed aansluit op het taalgebruik van de doelgroep. Hij stemt zijn werkzaamheden af met anderen. Ook beheert hij het bestaande voorlichtings- of promotiemateriaal.		
<b>Gewenst resultaat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Voorlichtings- en promotiemateriaal dat voldoet aan de wensen van opdrachtgever, aansluit op het taalgebruik van de doelgroep en op tijd beschikbaar is.</li><li>- Het bestaande voorlichtings- en promotiemateriaal is gemakkelijk terug te vinden.</li></ul>		
<b>Competentie</b>	<b>Component(en)</b>	<b>Prestatie-indicator</b>	<b>Vakkennis en vaardigheden</b>
Samenwerken en overleggen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Afstemmen</li><li>• Anderen raadplegen en betrekken</li></ul>	De marketing medewerker inventariseert actief de wensen en ideeën van de opdrachtgever ten aanzien van het product, koppelt deze aan de mogelijkheden van zijn afdeling, vat kort samen wat er gezegd/afgesproken is en legt de opdrachtgever, zo nodig na afstemming met zijn afdeling, helder geformuleerde keuzes voor.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grafische vormgevingstechnieken</li><li>• Omgangsvormen</li><li>• Overlegvaardigheden</li><li>• Planningsvaardigheden</li><li>• Schriftelijke taalbeheersing, w.o. actief schrijven en creatief schrijven in het Nederlands, Engels en een tweede moderne vreemde taal</li><li>• Vraagtechnieken</li></ul>
Formuleren en rapporteren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Correct formuleren</li><li>• Nauwkeurig en volledig rapporteren</li><li>• Structuur aanbrengen</li><li>• Vlot en bondig formuleren</li><li>• Aantrekkelijk en boeiend formuleren</li><li>• Communicatie op de ontvanger(s) richten</li></ul>	De marketing medewerker schrijft voorlichtings- en promotiemateriaal correct en nauwkeurig, brengt structuur aan in de tekst, formuleert scherp en kernachtig en vermijdt onnodig gebruik van ingewikkelde formuleringen en jargon, presenteert informatie op een manier die de belangstelling trekt en stemt het taalgebruik af op (het niveau van) de doelgroep.	
Materialen en middelen inzetten	<ul style="list-style-type: none"><li>• Materialen en middelen doelmatig gebruiken</li><li>• Materialen en middelen doeltreffend gebruiken</li><li>• Goed zorgdragen voor materialen en middelen</li></ul>	De marketing medewerker beheert bestaand voorlichtings- en promotiemateriaal zorgvuldig en gebruikt dit materiaal op vindingrijke wijze ten behoeve van nieuw te ontwikkelen en aan te passen materiaal.	
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informatie genereren uit gegevens</li><li>• Gegevens controleren en aannames toetsen</li><li>• Informatie uiteenrafelen</li></ul>	De marketing medewerker beoordeelt kritisch in hoeverre hij bestaand materiaal kan gebruiken bij de ontwikkeling van nieuw materiaal, maakt logische gevolgtrekkingen, bedenkt meerdere oplossingen voor problemen, houdt de onderlinge samenhang	

**Kerntaak 3 Zet marketing- en/of communicatieactiviteiten op en voert ze uit****3.6 werkproces: Ontwikkelt en beheert voorlichtings-, promotie- en/of pr-materiaal**

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conclusies trekken</li><li>• Oplossingen voor problemen bedenken</li><li>• Verbanden leggen</li></ul>	van het materiaal dat hij ontwikkelt in het oog, zodat het materiaal zo goed mogelijk aansluit bij de doelgroep.	
Creëren en innoveren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vernieuwend en creatief handelen</li></ul>	De marketing medewerker komt met creatieve ideeën bij het ontwerpen van het voorlichtings- en promotiemateriaal opdat de opdrachtgever/doelgroep de organisatie als vernieuwend ervaart.	
Plannen en organiseren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tijd indelen</li><li>• Voortgang bewaken</li></ul>	De marketing medewerker schat de benodigde tijd voor het ontwikkelen van het materiaal realistisch in, en organiseert en bewaakt de eigen tijd op een efficiënte manier zodat het product op het afgesproken tijdstip gereed is.	
Instructies en procedures opvolgen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werken conform voorgeschreven procedures</li></ul>	De marketing medewerker houdt zich aan de afgesproken richtlijnen voor het schrijven van voorlichtings- en promotiemateriaal.	