

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen

Rendement dekt de SPL-toetstermen van de kwalificaties die vallen onder de dossiers Commercie en Marketing, communicatie en evenementen.

Hierna ziet u voor onderstaand kennisexamen per SPL toetsterm de koppeling met de (hoofdstuk)titel van Rendement.

**Dossier: Commercie**

**Examen: KE3 Marketing en onderzoek**

**Profiel(en):**

- P3: Intercedent, niveau 4
- P4: (Junior) accountmanager, niveau 4
- P5: Assistent-manager internationale handel, niveau 4
- P6: Vestigingsmanager groothandel, niveau 4

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
Marketingbegrippen (31%)	1.1	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie de marktomvang, het marktpotentieel (effectieve vraag, potentiële vraag, additionele vraag, vervangingsvraag, initiële vraag) of het (relatief) marktaandeel of geeft een voorbeeld van één van deze begrippen.	Algemene economie	H7
	1.2	De kandidaat benoemt of herkent één of meer kenmerken van een kopersmarkt, verkopersmarkt, monopolie, oligopolie, monopolistische concurrentie of volledige mededinging.	Algemene economie	H6
	1.3	De kandidaat geeft één of meer voorbeelden van consumentenmarketing, business-to-businessmarketing, duale marketing, detaillistenmarketing, trade marketing (handelsmarketing), detailhandelsmarketing of dienstenmarketing.	Algemene economie	H10
	1.4	De kandidaat somt de fasen van het marktonderzoekproces in chronologische volgorde op: probleemanalyse (doelstelling en onderzoeksvragen), opstellen onderzoeksplan, verzamelen van gegevens (deskresearch, fieldresearch), analyse en interpretatie van de gegevens, rapportage, presentatie en evaluatie.	Marktonderzoek	H1
	1.5	De kandidaat benoemt één of meer kenmerken van primaire gegevens, secundaire gegevens, deskresearch, fieldresearch, kwantitatief onderzoek of kwalitatief onderzoek of beschrijft één van deze begrippen.	Marktonderzoek	H1 H2
	1.6	De kandidaat benoemt één of meer kenmerken van een enquête (digitaal, face-to-face, telefonisch) of interview (gestructureerd, half-gestructureerd) of beschrijft één van deze onderzoeksinstrumenten.	Marktonderzoek	H3

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	1.7	De kandidaat benoemt één of meer kenmerken van een groepsdiscussie, observatie, panel of experiment of beschrijft één van deze onderzoeksinstrumenten.	Marktonderzoek	H2
	1.8	De kandidaat bepaalt voor een gegeven onderzoeksvraag welk soort onderzoek wordt uitgevoerd (beschrijvend, verkennend of verklarend).	Marktonderzoek	H1
	1.9	De kandidaat beschrijft of herkent het begrip validiteit, nauwkeurigheid, betrouwbaarheid of representativiteit.	Marktonderzoek	H3 H5 (H6)
	1.10	De kandidaat selecteert voor een gegeven situatie de vorm van onderzoek: haalbaarheidsonderzoek, concurrentieanalyse, afnemersanalyse, bedrijfstakanalyse, benchmarking, koopgedraganalyse, klanttevredenheidsonderzoek, productevaluatie, prijsonderzoek, distributieanalyse of leveranciersonderzoek.	Marktonderzoek	H2
Marktbenadering (16%)	2.1	De kandidaat beschrijft of herkent één of meer stappen van het marketingplanningsproces (probleemstelling, situatieanalyse (interne analyse, externe analyse) SWOT-analyse, strategische opties, strategische keuzes, implementatie, evaluatie).	Marketing en communicatie 1	H7 H8
	2.2	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van productontwikkeling, marktontwikkeling, marktpenetratie of diversificatie (Ansoff).	Marketing en communicatie 1	H1

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	2.3	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van ongedifferentieerde marketing, gedifferentieerde marketing, kannibalisatie, contrasegmentatie of geconcentreerde marketing.	Marketing en communicatie 1	H7.6
	2.4	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie in de consumentenmarkt welk segmentatiecriterium is toegepast: geografisch, demografisch, psychografisch, socio-economisch of gedragscriterium.	Marketing en communicatie 1	H7.6
	2.5	De kandidaat geeft één of meer voorbeelden van segmentatiecriteria in de zakelijke markt. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demografische en geografische variabelen: locatie of SBI-code, branche, bedrijfsgrootte, verkoopvolume, inkoopvolume</li> <li>• Procesvariabelen: ondernemingsstrategie, gebruikte technologie, technische en financiële vaardigheden, strategisch belang</li> <li>• Inkoopaanpak: koopsituatie, overeenkomsten in inkoopgedrag, mate van centralisatie, inkoopstrategie, koopmotieven, attitude ten opzichte van de leverancier, omvang van de DMU of koopcentrum</li> <li>• Situationele variabelen: mate van spoed, producttoepassing, orderomvang</li> <li>• Persoonlijke variabelen: persoonlijke kenmerken van de afnemer, motivatie, risicoperceptie, belang van het product/dienst voor de koper</li> </ul>	Via website	

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
Marketinginstrumenten (53%)	3.1	De kandidaat herkent één of meer attributen van de productmix: fysiek product, assortiment, merknaam, prijs, verpakking, service en garantie, kwaliteit, klachtenafhandeling.	Marketing en communicatie 1	H2
	3.2	De kandidaat benoemt of herkent één of meer kenmerken van diensten: ontastbaarheid, gelijktijdige productie en consumptie, heterogeniteit, vergankelijkheid, nadruk op maatwerk of productie bij de klant.	Marketing en communicatie 1	H2.1
	3.3	De kandidaat benoemt of herkent één of meer kenmerken van soorten producten. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumentenmarkt: Convenience goods, shopping goods, specialty goods of unsought goods</li> <li>• Zakelijke markt: Routineproduct, hefboomproduct, knelpuntproduct of strategische product</li> </ul>	Marketing en communicatie 1  Verkoop en relatiebeheer	H2  H4
	3.4	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welke dimensie (breedte, diepte, hoogte, lengte of consistentie) van het assortiment sprake is.	Marketing en communicatie 1	H2
	3.5	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van een fabrikantenmerk, distribuantenmerk, A-, B- of C-merk, huismerk/private label, corporate merk, individueel merk, paraplu merk of keurmerk.	Marketing en communicatie 1	H2

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	3.6	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welke merkstrategie sprake is: co-branding (ingredient branding), brand extension of line extension (trading up, trading down).	Marketing en communicatie 1	H2 H7
	3.7	De kandidaat benoemt of herkent één of meer kenmerken van een fase van de productlevenscyclus: introductiefase, groeifase, volwassenheidsfase, verzadigingsfase of neergangsfase.	Marketing en communicatie 1	H2
	3.8	De kandidaat beschrijft of herkent de concurrentiegeoriënteerde prijsstrategie, vraaggeoriënteerde prijsstrategie of kostengeoriënteerde prijsstrategie, afroomprijsstrategie (skimming) of penetratieprijsstrategie.	Marketing en communicatie 1	H3
	3.9	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie welke methode van prijszetting is toegepast: follow the leader, me-too pricing, put-out pricing, stay-out pricing, prijsdifferentiatie, prijsdiscriminatie, psychologische prijssetting kostprijsplus, loss leader pricing, going-rate pricing of prestige pricing.	Marketing en communicatie 1  Calculaties en analyses	H1 H3  H4
	3.10	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie van welke beweging in de bedrijfskolom of bedrijfstak sprake is: integratie, specialisatie, parallellisatie, differentiatie of branchevervaging.	Algemene economie	H9

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen



Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	3.11	De kandidaat bepaalt voor een gegeven situatie of er sprake is van cross-selling, deep-selling, up-selling, crosschanneling, intensieve distributie, selectieve distributie of exclusieve distributie.	Marketing en communicatie 1	H4
	3.12	De kandidaat benoemt of herkent één of meer kenmerken van een groothandel (collecterend, distribuerend), detailhandel (collecterend, distribuerend) of samenwerkingsverband in de bedrijfskolom: importeur, exporteur, cash-and-carry groothandel, rack jobbing, drop shipping, service merchandising, showroom, discounter, affiliate shop, webshop, convenience store, inkoopcombinatie of franchising.	Marketing en communicatie 1 Algemene economie	H4 H9
	3.13	De kandidaat beschrijft of herkent één van deze begrippen: push strategie, pull strategie, webcare, recall, customer service (pretransactie, transactie, posttransactie), directe distributie of indirecte distributie.	Marketing en communicatie 1 Marketing en communicatie 2	H4 H4
	3.14	De kandidaat beschrijft of herkent het marketingcommunicatie-instrument reclame, direct marketing (direct mail, direct non-mail, direct (respons) advertising, telemarketing), public relations, persoonlijke verkoop, WOMM, sponsoring, salespromotie, winkelcommunicatie, evenementen (zoals publieksbeurs, vakbeurs, roadshow, open huis) of buitenreclame.	Marketing en communicatie 2	H2

## Rendement koppeldocument SPL toetstermen

Onderwerp	Code	Toetsterm	Titel Rendement	Hoofdstuk Rendement
	3.15	De kandidaat beschrijft of herkent het marketingcommunicatiemiddel advertentie, commercial, advertorial, banner, poster, billboard, display advertising, point-of-sale materiaal, merk-ambassadeur, viral, folder, brochure, QR-code, weblog, vlog, second screen of App.	Marketing en communicatie 2	H3
	3.16	De kandidaat selecteert voor een gegeven situatie het te gebruiken medium: televisie, radio, tijdschrift, vakblad, dagblad, out-of-home media of social media.	Marketing en communicatie 2	H2 H3
	3.17	De kandidaat selecteert voor een gegeven situatie sales promotion activiteit(en): <ul style="list-style-type: none"><li>• Consumenten promoties zoals spaaractie, prijsvraag, monster/sampling, couponkorting</li><li>• Handelspromoties zoals incentive, display, plafondhanger, raamsticker, uithangbord</li></ul> Sales force promoties zoals bonus, korting, provisie	Marketing en communicatie 2	H2