

Vak: Integrale opdracht 10

credits: 3

Vakcode CEVB16IOP10
Naam Integrale opdracht 10
Studiejaar 2020-2021
ECTS credits 3
Taal Nederlands
Coördinator J. Hummel

Werkvormen Projectonderwijs
Supervisie
Toetsen Integrale opdracht 10 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- KOERS BEPALEN; De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggebouwer die zowel kennis als mensen verbindt.

21st-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student kan:

- primair en secundair onder-zoek uitvoeren;
- aan de hand van de verzamelde gegevens van de interne en externe omgeving (zie Marketing I, blok 9) een analyse maken van de huidige situatie van de organisatie;
- voor een onderneming strategisch organisatie- en marketingbeleid formuleren en de gemaakte keuzes onderbouwen, waarbij je gebruik maakt van gegevens en analyses uit een interne en externe analyse (inclusief algemene en eigen wetmatigheden), het strategisch kader en organisatie- en marketingdoelstellingen;
- voor een onderneming de strategische organisatie- en marketingkeuzes uitwerken en onderbouwen op tactisch en operationeel marketingniveau;
- het marketingadvies mondeling presenteren en verdedigen aan de directie of management van een onderneming;
- kritisch reflecteren op eigen gedrag en prestaties.

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

In dit studieonderdeel staat de vertaling van de theorie naar de praktijk van zowel het eerste als het tweede deel van het marketingplanningsproces centraal. In blok 9 en 10 is het studieonderdeel marketing meer op het strategisch niveau behandeld en daarnaast is het speelveld uitgebreid met marketing 3.0 (integratie van MVO in marketing) maar ook CRM en internationalisering. We focussen ons daarbij vooral op het maken van analyses en keuzes. In dit blok ligt de nadruk op het maken van keuzes ligt. In dit onderdeel, de IOP, ligt de focus op de vertaling van dit alle marketing gerelateerde onderwerpen van blok 9 en 10 naar een opdrachtgever uit de praktijk. M.a.w. het schrijven van een strategisch, tactisch en operationeel marketingplan, voor een nader te kiezen markt.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: [Hanze.nl/CE_of](https://hanze.nl/CE_of) [Hanze.nl/JCA](https://hanze.nl/JCA) of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major DIM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MSM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management

share your talent. move the world.