

Vak: ALO Marketingstrategie

credits: 5

Vakcode	CELB22ALO7
Naam	ALO Marketingstrategie
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	A.M. Houwing

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	ALO Marketingstrategie - Overige toetsing

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:**

Context: deze opdracht is een voorbereiding voor je scriptie, verdeeld in analyse en strategie (semester 3) en executie (semester 4).

Je leert het toepassen van de theorie binnen je eigen onderneming en dit te vertalen naar een strategisch marketing/business case met 3 tot 5 jaar tijdhorizon.

Modellen die gebruikt worden zijn bijvoorbeeld een externe analyse met DESTEP, interne analyse met o.a. Porter, 7S, 4P, en het totaal analyseren met behulp van een SWOT, Confrontatiematrix en SFA.

Bij de onderneming van de student:

1. Een plan van aanpak maken/onderzoekopzet waarin het initiële strategische probleem/uitdaging, doelstelling, theoretisch kader en onderzoek benoemd zullen worden.
2. Analyseren van externe en interne ontwikkelingen die van invloed kunnen zijn op de strategie van een onderneming (incl. missie/visie, doelen, strategie, financiële aspecten, organisatie en klanten analyse, customer experience/ customer journey en duurzaamheid/MVO).
3. Het analyseren en beoordelen van de juridische aspecten die van belang zijn voor de strategie, zoals bijvoorbeeld organisatievorm, dataprivacy en aansprakelijkheid.
4. Het maken van een SWOT analyse, Confrontatiematrix en formuleren en onderbouwen van de strategische keuze(s) inclusief financiële verantwoording.
5. Op een overtuigende wijze presenteren van de analyse en gekozen midden- en lange termijn strategie aan de stakeholders.

Inhoud**Niveau:**

Verdiepend

Inhoud:

Dit onderdeel is een individuele opdracht aan de hand van een strategisch probleem/uitdaging in het bedrijf waar je werkt. Je maakt een strategisch marketingplan gericht op een strategisch probleem/uitdaging bij je organisatie.

Samen met de ALO Marketing Executieplan in semester 4 vormt dit een complete business case van analyse t/m strategie en executie/implementatie.

In deze ALO stel je een eigen strategische analyse op aan de hand van de behandelde theorie. Je maakt een externe en interne analyse. Je kijkt naar de verschillende aspecten: strategisch, financieel, juridisch, klanten, duurzaamheid, etc. met een 3 tot 5 jaar tijdhorizon.

Op basis van de analyses, formuleer je een aantal strategische keuzes en onderbouw je de strategische keuze die jij het best passend vindt.

Het strategisch marketingplan presenteer je aan het eind van dit semester.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing