

Vak: Eindopdracht Marketingstrategie en management

credits: 10

Vakcode	CEMB19EMM	Werkvormen	Action learning
Naam	Eindopdracht Marketingstrategie en management	Toetsen	Eindopdracht Marketingstrategie en manag - Overige toetsing
Studiejaar	2026-2027		
ECTS credits	10		
Taal	Nederlands		
Coördinator	H.J. Pijbes		

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:**

Na afloop van deze cursus kan de student:

1. zelfstandig onderzoek uitvoeren naar de macro-omgeving en dit vertalen naar kansen, bedreigingen en marktpotentieel op basis van representatief desk- en fieldresearch;
2. een grondige analyse maken van de meso-omgeving met behulp van desk- en fieldresearch en daarbij analytisch inzicht tonen door het toepassen van passende modellen;
3. een analyse op microniveau uitvoeren met focus op complexe functionele gebieden van de onderneming, inclusief interne processen en organisatiecultuur als onderdeel van de waardeketen;
4. een SWOT-analyse opstellen en de uitkomsten vertalen naar een kernprobleem, eventueel in afstemming met de opdrachtgever;
5. verschillende strategische opties formuleren, deze onderbouwen met argumenten en een beargumenteerde keuze maken, waarbij doelstellingen SMART worden geformuleerd en onderbouwd;
6. de gekozen strategie vertalen naar een concreet en realistisch advies.
7. de onderzoeksresultaten op overtuigende wijze presenteren en verdedigen in een videopresentatie;
8. reflecteren op de eigen intrapersonlijke vaardigheden in het kader van de longitudinale ontwikkeling (competentie 11).

Inhoud**Niveau:**

Verdiepend

Inhoud:

Je gaat een strategisch marketingplan ontwerpen voor één product/productgroep (of dienst) dat de organisatie, waarbij u werkzaam bent, voortbrengt. Dat resulteert in een advies inzake Ambitie, Missie, Doelstellingen en optie uit verschillende strategieën en de te verwachten uitkomsten. De meest passende strategie wordt uitgewerkt in een kort operationeel plan.

Studiemateriaal:

Zie intranet of Brightspace.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing