

Vak: Eindopdracht Operationeel Marketingplan

credits: 10

Vakcode	CEMB19EMP	Werkvormen	Action learning
Naam	Eindopdracht Operationeel Marketingplan	Toetsen	Eindopdracht Operationeel Marketingplan - 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. onderzoek uitvoeren naar de macro-omgeving en dit vertalen naar kansen, bedreigingen en marktpotentieel op basis van representatief desk- en fieldresearch;
2. een analyse op microniveau uitvoeren met focus op complexe functionele gebieden van de onderneming en deze vastleggen in een concrete rapportage;
3. met behulp van modellen het kernprobleem van de onderneming bepalen, onderbouwen en bespreken met de opdrachtgever;
4. verschillende strategische opties formuleren, deze beargumenteerd afwegen en SMART-doelstellingen opstellen en onderbouwen;
5. de gekozen strategie uitwerken in een operationeel marketingplan waarin activiteiten projectmatig zijn uitgewerkt, inclusief kosten en baten;
6. een communicatieplan ontwikkelen met een integrale on- en offline aanpak en een uitgewerkt creatief concept, visueel ondersteund.
7. de moduleopdracht presenteren en verdedigen conform competentie 8 (CMV), waarbij basisgespreksvaardigheden, omgang met weerstand, verschillende argumentatiestructuren en overtuigende presentatie van onderzoeksresultaten worden toegepast;
8. reflecteren op het eigen professioneel vakmanschap, waaronder inhoudelijk, onderzoekend, analytisch, creatief/innovatief en adviserend vermogen en schriftelijke communicatieve vaardigheden;
9. reflecteren op de eigen projectmanagementvaardigheden, zoals timemanagement, projectplanning, het tijdig vragen van begeleiding en zichtbare inzet;
10. reflecteren op de eigen intrapersonlijke vaardigheden, waaronder communicatie met collega's en opdrachtgever en samenwerken;
11. reflecteren op de eigen interpersoonlijke vaardigheden, waaronder zelfreflectie, omgaan met kritiek en feedback en het hanteren van onzekerheid.

Inhoud**Niveau:**

Verdiepend

Inhoud:

De student leert de basisprincipes van het opstellen van een marketing- en communicatieplan, met aandacht voor zowel het eindproduct (het plan), het proces als de presentatie. Daarbij formuleert de student een bruikbaar, onderbouwd en pragmatisch marketing- en communicatieadvies.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

share your talent. move the world.