

Vak: Marketingorganisatie

credits: 5

Vakcode CEMB22MOR
Naam Marketingorganisatie
Studiejaar 2026-2027
ECTS credits 5
Taal Nederlands
Coördinator H.J. Pijbes

Werkvormen Hoorcollege
Toetsen Marketingorganisatie - Overige toetsing

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:**

Na afloop van deze cursus kan de student:

1. leidinggeven op resultaatgerichte wijze aan een eenvoudig bedrijfsonderdeel of project, onder begeleiding of supervisie;
2. strategische opties voor de nationale en/of internationale markt beoordelen op basis van een analyse;
3. lange termijn doelen formuleren, vaststellen in overleg binnen de projectgroep en tussentijds toetsen op haalbaarheid;
4. resultaten rapporteren en presenteren, inclusief verantwoording van de gekozen methodiek en onderbouwing van aanbevelingen, ook op financieel vlak.

Inhoud**Niveau:**

Verdiepend

Inhoud:

De student leert leidinggeven op resultaatgerichte wijze aan een eenvoudig bedrijfsonderdeel of project, onder begeleiding of supervisie. Daarbij beoordeelt de student strategische opties voor de nationale en/of internationale markt op basis van een analyse en formuleert hij lange termijn doelen, die in overleg binnen de projectgroep worden vastgesteld en tussentijds worden getoetst op haalbaarheid. De student rapporteert en presenteert de resultaten, verantwoordt de keuze van de gebruikte methodiek en onderbouwt de aanbevelingen, ook financieel. In de colleges Marketingorganisatie worden de basisprincipes van management (interne analyse) behandeld. Op basis van een analyse maakt de student een audit van het INK-model en presenteert en verdedigt de resultaten van het onderzoek op overtuigende wijze. De achterliggende theorie wordt getentamineerd.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing