

Vakcode	CEVB22JCAMKT12
Naam	Leerlijn Marketing 12
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	K.H. Rozema

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Leerlijn Marketing 11 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten

Na afloop van deze cursus kan de student:

- De student kan onderbouwde strategische organisatie- en distributiekeuzes maken voor internationale markttoetreding, passend bij de doelstellingen, middelen en risicobereidheid van een organisatie.
 - De student kan een internationale marketingstrategie ontwikkelen waarin doelgroep-, positionerings- en marketingmixkeuzes zijn afgestemd op specifieke buitenlandse markten en lokale omstandigheden.
 - De student kan criteria opstellen en toepassen voor de selectie en beoordeling van buitenlandse distributeurs en handelspartners, rekening houdend met commerciële, juridische en operationele aspecten.
 - De student kan een strategisch internationaal advies vertalen naar een concreet en uitvoerbaar implementatieplan met fasering, activiteiten, verantwoordelijkheden en meetbare doelstellingen.
 - De student kan een professioneel, goed onderbouwd internationaal bedrijfsadvies opstellen en presenteren aan stakeholders, waarbij strategische keuzes helder worden gemotiveerd en risico's inzichtelijk worden gemaakt.
 - De student reflecteert kritisch op eigen handelen, gemaakte keuzes en ontwikkelde competenties binnen een internationale context, en benoemt leerpunten voor verdere professionele ontwikkeling.
- Nadat het onderzoek is gedaan, kom tot een strategisch & operationeel advies en implementatie voor ZOCON in Zuid Amerika.

Inhoud

Inhoud

Internationaal Strategisch & Operationeel Advies Context

Een bedrijf dat landbouwmachines produceert en vermarkt wil haar internationale activiteiten uitbreiden naar Zuid-Amerika. Om deze markttoetreding succesvol te laten verlopen, is een goed onderbouwd strategisch én operationeel advies noodzakelijk. Hiervoor hebben jullie uitgebreid onderzoek gedaan bij het vak onderzoek. In deze opdracht voer je een analyse uit en werk je toe naar concrete keuzes op het gebied van organisatie, marketing/export en implementatie. Je levert een integraal advies op dat direct toepasbaar is binnen de praktijk.

Doel van de opdracht

Het doel van deze opdracht is om te laten zien dat je:

- **strategische keuzes kunt maken in een internationale context;**
- **deze keuzes kunt vertalen naar marketing- en exportbeslissingen;**
- **en uiteindelijk kunt omzetten in een concreet en uitvoerbaar implementatieplan.**

Eindproduct

Je levert een adviesrapport op waarin je:

1. **organisatiekeuzes onderbouwt,**
2. **marketing- en exportkeuzes uitwerkt,**
3. **en deze vertaalt naar operationele activiteiten.**

Daarnaast lever je een implementatieplan en een reflectie op je professionele ontwikkeling.

Studiemateriaal

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Johan Cruyff Academy

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing