

Vak: Eindopdracht Marketingplan

credits: 10

Vakcode	CEMB19EMP	Werkvormen	Action learning
Naam	Eindopdracht Marketingplan	Toetsen	Eindopdracht Marketingplan - Overige toetsing
Studiejaar	2021-2022		
ECTS credits	10		
Taal	Nederlands		
Coördinator	H.J. Pijbes		

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- REALISEREN; De CE'er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiële stakeholders. De CE'er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.

21st-century skills:

- Creativiteit
- Communicatief
- Leiderschap

Leeruitkomsten:

1. De student doet onderzoek naar de marco omgeving en vertaalt dit in kansen en bedreigingen c.q. marktpotentieel. Dit onderzoek moet representatief zijn en bestaan uit zowel desk als fieldresearch
2. De student geeft een focus op de (complexe) functionele gebieden van de onderneming en vertaalt dit in een analyse op micro niveau in een concrete rapportage (comp 5)
3. De student bepaalt en legt uit dmv modellen wat het kern probleem van de onderneming is en bespreekt dit met de opdrachtgever.
4. De student benoemt verschillende strategische opties en maakt een afweging op basis van argumenten welke optie de voorkeur heeft en waarom. Student dient de doelstelling voor de opties smart te maken en te onderbouwen
5. De student werkt de gekozen strategie uit in een operationeel marketingplan waarin alle activiteiten benoemd zijn en vertaald zijn in een projectmatige aanpak inclusief kosten en baten (aansluiting accountability)
6. Student ontwikkelt hierbij een communicatieplan bestaande uit een integrale aanpak in on- en offline communicatie alsmede de uitwerking in het creatief deel, gevisualiseerd (boodschap ed)

Presentatie:

7. De student presenteert en verdedigt de moduleopdracht conform competentie 8 in lijn met CMV; toepassen van basisgespreksvaardigheden, toepassen van strategieën om met weerstand om te gaan; toepassen van verschillende argumentatiestructuren; presenteren van de resultaten van het onderzoek op overtuigende wijze.

Proces:

8. De student reflecteert op zijn professioneel vakmanschap (inhoud; onderzoekend, analytisch, creatief/innovatief en adviserend vermogen, schriftelijke communicatieve vaardigheden)
9. De student reflecteert op zijn projectmanagementvaardigheden (timemanagement, projectmanagement, begeleiding vragen waar nodig, op tijd komen, zichtbare inzet etc.).
10. De student reflecteert op zijn intra-persoonlijke vaardigheden (communicatie met collega's en opdrachtgever, samenwerken etc.)

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

De student leert de basisprincipes van het maken van een marketing-en communicatieplan. Dit op zowel het plan zelf (product), het proces en de presentatie. De student geeft hierbij een bruikbaar, onderbouwd en pragmatisch marketing- en communicatieadvies.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op de blackboard site van CE-dt of de blackboard course.

11. De student reflecteert op zijn interpersoonlijke vaardigheden (zelfreflectie, kritiek, feedback, onzekerheid etc.).

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd Bachelor

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.