

## Vak: Eindopdracht Marketingstrategie en management

credits: 10

|                     |                                               |                   |                                                             |
|---------------------|-----------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------|
| <b>Vakcode</b>      | CEMB19EMM                                     | <b>Werkvormen</b> | Action learning                                             |
| <b>Naam</b>         | Eindopdracht Marketingstrategie en management | <b>Toetsen</b>    | Eindopdracht Marketingstrategie en manag - Overige toetsing |
| <b>Studiejaar</b>   | 2022-2023                                     |                   |                                                             |
| <b>ECTS credits</b> | 10                                            |                   |                                                             |
| <b>Taal</b>         | Nederlands                                    |                   |                                                             |
| <b>Coördinator</b>  | H.J. Pijbes                                   |                   |                                                             |

### Leeruitkomsten

#### Opleidingscompetenties:

- KOERS BEPALEN; De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggebouwer die zowel kennis als mensen verbindt.

#### 21st-century skills:

- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Kritisch denken

#### Leeruitkomsten:

1. De student doet zelfstandig onderzoek naar de macro omgeving en vertaalt dit in kansen en bedreigingen c.q. marktpotentieel. Dit onderzoek moet representatief zijn en bestaan uit zowel desk als fieldresearch
2. Student maakt zelfstandig een grondige analyse dmv desk en field research van de meso omgeving en laat analytisch inzicht zien dmv de juiste modellen
3. De student geeft een focus op de (complexe) functionele gebieden van de onderneming en vertaalt dit in een analyse op micro niveau en bekijkt daarnaast de interne processen en cultuur als onderdeel van de waardeketen
4. Student stelt een SWOT analyse op en is in staat om uit de SWOT analyse de conclusie te vertalen in een kernprobleem (evt te bespreken met opdrachtgever)
5. De student benoemt verschillende strategische opties en maakt een afweging op basis van argumenten welke optie de voorkeur heeft en waarom (beoordeling en conclusies). Student dient de doelstelling voor de opties smart te maken en te onderbouwen
6. Student werkt de gekozen strategie kort uit in een concreet advies en laat een realistische vertaling van de strategie zien.

#### Presentatie:

7. De student presenteert (video presentatie) en verdedigt de resultaten van het onderzoek op overtuigende wijze.

#### Proces:

8. De student reflecteert op zijn intra-persoonlijke vaardigheden; longitudinale ontwikkeling competentie 11.

### Inhoud

#### Niveau:

Verdiepend

#### Inhoud:

Dit vak zal in studiejaar 2019-2020 voor het eerst worden aangeboden en is op dit moment in ontwikkeling. De inhoud van dit vak zal voor de start op Blackboard verschijnen.

#### Studiemateriaal:

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

### Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd Bachelor

### School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

share your talent. move the world.