Vak: Internationale Marketing — credits: 5

Vakcode	CELB21IMK
Naam	Internationale Marketing
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	W.H.T. Uitslag
Werkvormen	Practicum / Training Werkcollege
Toetsen	Internationale Marketing - Overige toetsing

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 bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.
- WAARDE CREËREN ; De CE’er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.
- BUSINESS DEVELOPMENT; De CE’er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.
- REALISEREN; De CE’er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiele 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
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student:

- genereert kennis over welke producten en markten wel of niet geschikt zijn om de internationale markt te betreden;
- kan een interne analyse maken van een internationaal georiënteerde onderneming;
- kan een externe analyse maken van een internationaal georiënteerde onderneming;
- kent de verschillende entreevormen om een internationale markt te betreden;
- kan verschillende aspecten (interculturele communicatie, recht en logistiek) van het internationaal zaken doen benoemen en weet welke bronnen hij daarvoor kan raadplegen en kan ze toepassen in een praktijksituatie;
- kan de belangrijkste financiële aspecten van het internationaal ondernemen benoemen in termen van omzet, kosten en

Inhoud

Niveau:
Verdiepend

Inhoud:
De CEO van de door jou gekozen organisatie heeft jou gevraagd te onderzoeken welk land het meest geschikt is om naar te gaan exporteren en op welke wijze zijn organisatie deze export moet vormgeven/inrichten. Hiervoor schrijf je een exportplan voor het bedrijf.

Studiemateriaal:

Internationaal Ondernemen
Radha Jethu-Ramsoedh en Maud Hendrickx
Noordhoff Uitgevers
3e druk: 978-90-01-57542-7

investeringen;
- kan een beknopt marketingplan maken waarin de inzet van de 7 marketinginstrumenten beschreven worden.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

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.