Vak: ALO Marketing executieplan — credits: 5

Vakcode	CELB22ALO8
Naam	ALO Marketing executieplan
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	A.M. Houwing
Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	ALO Marketing executieplan - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

Beschrijving context
De context waarin het operationele plan geschreven wordt, is het strategische marketingplan. De keuzes die in het laatste plan zijn gemaakt zijn leidend voor de uitwerking van het operationele plan. Dit kan aangevuld worden met relevante eerdere onderzoeken.

Marketinganalyse
In de analyse moet een passend analysemodel wordt gebruikt, een model dat past bij het operationele karakter van het advies en het soort advies. Mogelijke analysemodellen zijn bijvoorbeeld de 3C- en 2C-modellen. De analyse dient gevoed te worden met uitkomsten uit de eerdere gedane onderzoeken waarbij de analyse navolgbaar dient te zijn met als uitkomst de richting van het operationele advies.

Marketingadvies
Het advies wordt ingevuld met behulp van een adviesmodel, bijvoorbeeld 4/5 P of DAKMAD. Het advies is onderbouwd door de uitkomsten van de analyse en de eerder uitgevoerde onderzoeken. Het advies heeft ook betrekking over de uitwerking van de operationele verkoop. Het advies dient te passen in de eerder beschreven context en antwoord te geven op de managementvraag.

Financiële onderbouwing
Zowel de kosten- als de opbrengstenkant van het advies dienen goed te worden uitgewerkt. Hierbij wordt gedoeld op relevantie en onderbouwing.

Implementatie
In het implementatieplan wordt het advies concreet uitgewerkt met betrekking tot de relevante onderdelen. Hierbij wordt invulling gegeven aan wie doet wat wanneer en hoe.

Eindpresentatie
De student houdt een presentatie over het operationele plan. Het bedrijf dient het plan voor gezien te ondertekenen. Bij de presentatie wordt gelet op het doelgericht presenteren, het beantwoorden van vragen en de professionele houding.

Inhoud

Niveau:
verdiepend

Inhoud:

Deze ALO is een individuele opdracht, waarbij er individueel getoetst wordt op strategisch inzicht, overtuiging, leiderschap, financiële onderbouwing en presentatie. Student acteert als CEO met de nadruk op het maken van een operationeel plan vanuit marketing-, organisatie- en financieel oogpunt. De tijdhorizon is drie jaar met een uitwerking voor ieder jaar. In deze ALO moet de student laten zien aan de directie van de onderneming dat het operationele plan realistisch en uitvoerbaar is.
Het plan is een operationele uitwerking van het strategische marketingplan wat is opgesteld in de ALO van semester 3. Indien deze ALO niet is gevolgd dient een verkort strategisch marketingplan te worden geschreven.
Het operationele plan wordt gepresenteerd aan het einde van semester 4.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

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.