**Schoolexamen VMBO-GL**

**2025-2026**

Toetscode: SE-GRN-GL-KVEO1- A

Toetsversie: A

**KV Marketing** **SE Gemengde Leerweg**

Naam kandidaat \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Klas \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Dit schoolexamen bestaat uit **3 praktijkopdrachten**.

Voor dit schoolexamen zijn maximaal **50 punten** te behalen.

Voor elk vraagnummer staat hoeveel punten met een goed antwoord behaald kunnen worden.

|  |
| --- |
| Instructie schoolexamen |
| * Lees de opdracht in zijn geheel aandachtig door voordat je je plannen inlevert.
* Schrijf in leesbaar Nederlands.
 |

Controleer het jaartal van je schoolexamen. Als hier een verkeerd jaartal staat vraag je aan je docent het juiste schoolexamen.

30p **Opdracht 1: Marketingplan**

Je schrijft het marketingplan samen met je groepsleden. De onderzoeksopdracht komt tot stand in overleg met leerlingen van het keuzevak Ondernemen of traiteur. Het marketingplan wordt beoordeeld als het voldoet aan de volgende eisen:

* Voorblad met de naam van de onderneming, namen van de leerlingen, logo of foto van het product
* Inhoudsopgave met paginanummers.
* Hoofdstukken beginnen aan de bovenzijde van een nieuwe pagina
* Aantal pagina’s; 7 tot 10 pagina’s exclusief voorblad en inhoudsopgave
* Spellingscontrole is toegepast
* Het is door de leerling zelf bedacht en in eigen woorden geschreven

De hoofdstukken zijn:

1. **Korte inleiding**

In de inleiding beschrijf je kort waar het verslag over gaat en waarom je dit verslag maakt. Wat is het doel van dit marketingplan?

1. **Persoonlijke gegevens**

Beschrijf hier de groepsleden

* Naam en Vonk-mailadres van de marketeers
* Naam van jullie bedrijf en logo
* Je gaat een marktonderzoek uitvoeren en de resultaten hiervan analyseren. Beschrijf twee kwaliteiten/vaardigheden waarover je beschikt die goed van pas komen bij het doen van jullie marktonderzoek.
* Maak een overzichtelijke taakverdeling en tijdsplanning voor het schrijven van dit marketingplan.
1. **Contact leggen met de opdrachtgever en komen tot een onderzoeksopdracht**
* Beschrijf kort het product en de ‘onderneming’ voor wie jullie onderzoek gaan doen. Motiveer waarom hiervoor gekozen is.
* Beschrijf de onderzoeksvraag en deelvragen.
* Maak een SWOT analyse voor de opdrachtgever (sterke en zwakke punten, uitdagingen en bedreigingen)
* Beschrijf je USP (unique selling point)
1. **Opzet en uitvoering marktonderzoek**

Naar aanleiding van jullie onderzoeksopdracht laat je zien welke soorten marktonderzoek jullie hebben gedaan en hoe je dit hebt uitgevoerd**.**

* Onderzoek wie je concurrenten zijn en waarom. Plaats je resultaten in een concurrentie matrix
* Maak en voer een enquête/interview uit over je product gericht op je onderzoeksvraag en deelvragen. Je enquête/interview bevat open en gesloten vragen. De enquête/interview wordt bij minimaal 10 mensen **uit je doelgroep** afgenomen en de resultaten worden kwantitatief (in cijfers) getoond. Conclusie wordt beschreven.
* Geef aan of er desk- en/of fieldonderzoek is uitgevoerd en waarom voor deze vorm is gekozen
1. **Marketingmix**

Hier laat je zien hoe je met jouw marketingmix je doelgroep zo goed mogelijk weet te bereiken.

* Beschrijf nauwkeurig wie je doelgroep is en waarom je hiervoor gekozen hebt
* In de marketingmix worden de 4 P’s (prijs, plaats, product en promotie) beschreven. Beschrijf iedere P afzonderlijk en laat per P zien waarom deze aansluit bij gekozen doelgroep en jouw onderzoeksresultaten uit onderdeel vier.
1. **Reclame**
* Er wordt beschreven hoe er reclame gemaakt gaat worden, inclusief gebruik van sociale media. Laat zien hoe je manier van reclame maken aansluit bij de doelgroep
* Er wordt een voorbeeld gemaakt van een passende reclameboodschap (filmpje, website, blog, vlog, facebook, twitter, flyer, advertentie enz. )
1. **Reflectie en verbetervoorstel**

Hier kijk je terug op hoe het marketingplan tot stand is gekomen. Ook kom je met een verbetervoorstel na jullie marktoptreden en dat van de ondernemers.

* Maak een verbetervoorstel / toekomstvisie op grond van de resultaten van jullie marktonderzoek en marktverkoop. Neem in het voorstel adviezen op over de doelgroep en de 4 p’s.
* Wat ging goed tijdens het maken van dit plan en wat heb je geleerd over jezelf? Wat zou je volgende keer anders doen?

15p **Opdracht 2: Presentatie**

Het marketingplan wordt gepresenteerd aan de docent(en) en een ondernemer. Vóór de presentatie is het marketingplan afgerond en ingeleverd bij de docent.

De presentatie wordt beoordeeld op de volgende inhoudelijke punten:

* Leg uit wat je onderzoeksvraag is en hoe je marktonderzoek hebt gedaan. Laat zien wat voor resultaten dit heeft opgeleverd en wat je hiermee gedaan hebt.
* Hoe heb je met de onderdelen uit de marketingmix ervoor gezorgd dat je een uniek product kan laten zien die jouw doelgroep enthousiast maakt. Hoe weet jij deze doelgroep op een creatieve en originele manier te bereiken.
* Leg uit welke verbeteringen je kunt doen om je product nog aantrekkelijker te maken en nog meer bekendheid te geven bij je doelgroep.

Neem tijdens je presentatie een professionele houding aan. Bedenk hoe je op een originele en creatieve manier de aandacht van het publiek weet te trekken. Let op de volgende punten:

* Bereid je presentatie goed voor en maak je eigen verhaal.
* Stel jezelf voor en leg uit wat je taak is.
* Draag passende kleding. Spreek rustig en zorg voor een actieve houding.
* Laat zien wat je gemaakt hebt. Product, verpakking, reclameboodschap enz.
* Geef netjes en begrijpelijk antwoord op de vragen uit het publiek.

5p **Opdracht 3 Marktkraam**

|  |
| --- |
| Tijdens de lessen ga je minimaal een dagdeel op de markt staan, in de marktkraam van Vonk Castricum. Je gaat er producten verkopen, klanten te woord staan en advies geven. Ook ben je zelf verantwoordelijk voor de indeling van marktkraam en het bepalen van de verkoopprijzen. Deze activiteit gebruik je ook om een verbetervoorstel te schrijven |

Tijdens je werk op de marktkraam word je beoordeeld op de volgende punten:



* Je hebt een open, aanspreekbare houding
* Je neemt initiatief
* Je laat een commerciële houding zien.