

Vraag	Antwoord	Scores
-------	----------	--------

Wereld

Opgave 1 – Globalisering van McDonald's

- | | | |
|----------|---|--------|
| 1 | maximumscore 1
internationale arbeidsverdeling | |
| 2 | maximumscore 2
Juiste antwoorden zijn: <ul style="list-style-type: none"> – Pas na de val van het IJzeren Gordijn / nadat het communisme verdween werden in veel landen (in Oost-Europa en Azië) westerse restaurantketens/bedrijven toegelaten (politieke dimensie). – Vanaf toen steeg in Oost-Europa en Azië de welvaart (voor een deel van de bevolking), zodat er draagvlak kwam voor McDonald's restaurants (economische dimensie). – Vanaf toen oriënteerden mensen in Oost-Europa en Azië zich meer op de Amerikaanse/westerse cultuur (sociaal-culturele dimensie). <p>per juist antwoord</p> | 1 |
| 3 | maximumscore 2 <ul style="list-style-type: none"> • Homogenisering is in bron 1 te herkennen aan het wereldwijde gebruik van hetzelfde logo van McDonald's / het voorvoegsel 'Mc' / dezelfde slogan / vrijwel dezelfde verpakking (zodat de producten overal dezelfde uitstraling hebben) • Uit bron 1 blijkt dat McDonald's inspeelt op de herwaardering van nationale identiteiten door nationale specialiteiten te verkopen | 1
1 |
| 4 | maximumscore 2
Een juiste redenering is: <ul style="list-style-type: none"> • De cartoon toont Amerikaanse/westerse multinationals die andere gebieden overnemen / overspoelen met hun producten • en anders-globalisten kunnen hiermee hun standpunt onderbouwen dat globalisering (ook) negatieve effecten heeft op (bewoners van) andere gebieden | 1
1 |
| 5 | maximumscore 2 <ul style="list-style-type: none"> • Diffusie is het verst gevorderd bij flesjes Coca Cola • Flesjes Coca Cola zijn overal verkrijgbaar (terwijl het fastfood van McDonald's en de IKEA-meubelen uitsluitend in filialen van deze ketens worden verkocht) / Coca Cola bestaat het langst (en de verspreiding vindt dus ook al langer plaats) / Flesjes Coca Cola zijn goedkoper dan het fastfood van McDonald's of IKEA-meubelen | 1
1 |