

DE SPORTER ALS MERK



INHOUD

VOORWOORD	3
PERIODE-UITLEG	4
INSPIRATIE	5
EINDRESULTAAT	6
WEEK 1	8
MEIVAKANTIE	9
WEEK 2	10
WEEK 3	12
WEEK 4	14
WEEK 5	16
WEEK 6	18
WEEK 7	19
TOETSING	21
AANTEKENINGEN	23

VOORWOORD

Branding⁽¹⁾ is een middel om producten, diensten of organisaties van elkaar te onderscheiden. Letterlijk is het woord afgeleid van het Oud-Noorse woord 'brandr', dat 'brandmerken' betekent. Dit begrip kreeg in het 'Wilde Westen' een heel eigen betekenis toen de vee-eigenaren besloten om hun dieren van een herkenbaar logo te voorzien. Dit 'brandmerken' was de oplossing in de strijd tegen veedieven.

Inmiddels heeft branding een andere betekenis gekregen. De American Marketing Association gebruikt de volgende definitie: 'A name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them intended to identify the goods and services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competition.' Het zorgt voor merken die meer zijn dan het achterliggende product, dienst of organisatie. Zoals FC Barcelona al zegt: "Meer dan een club."

Deze periode staat de branding van een individuele sporter centraal. Meer dan ooit is het voor een sporter van strategisch belang om zelf actief te zijn in het bouwen en onderhouden van zijn relatie met fans, sponsors en uiteraard de mensen van de sportclub en -bond. De vraag die wij jullie deze periode voorleggen luidt:

Hoe kan een sporter door middel van informatie, verhalen en andere boodschappen ervoor zorgen dat hij een relatie opbouwt met zijn meest relevante doelgroepen?

Om de uitdaging lekker concreet te maken: deze periode ga je een brandingstrategie bedenken en uitvoeren voor een jong en aanstormend Nederlands sporttalent. Iemand tussen de (pakweg) 14 en 18 jaar, een sporter met nationale ambitie en mogelijk al met nationale prijzen in zijn kast. Maar ook een sporter die nog niet heel bewust bezig is met zichzelf in die etalage te zetten. Gewoon omdat hij liever sport, er geen tijd voor heeft en ook niet weet hoe hij zichzelf zou moeten etaleren.

Ook deze periode krijg je weer hoor- en werkcolleges waar wij je nieuwe stof aanbieden die je direct kunt toepassen. En natuurlijk verwachten wij van jou dat je bij de invulling van het project ook gebruik maakt van het geleerde in de voorgaande periodes. Denk hierbij aan het ontwikkelen van een contentstrategie en deze op een creatieve manier in middelen kunnen vertalen. Het spreekt voor zich dat wij verwachten dat jouw eindresultaat verschillende concrete communicatiemiddelen bevat.

Ook goed om te weten is dat we deze periode geen reflectieverslag van je vragen. In plaats daarvan nu alle aandacht voor de oplevering van jouw Personal Branding activiteiten.

Wat echt nieuw is in deze periode, is dat je dit project helemaal zelfstandig uitvoert.

In boksjargon: alle helpers weg.

Veel succes en plezier tijdens deze laatste periode van dit jaar.

Mark Brants & Paul Strack van Schijndel

Periodemanagers

1. <https://gototalbranding.nl/branding/>

PERIODE-UITLEG

Periode 4 – De sporter als merk

Branding is een instrument binnen de marketing. Essentieel bij branding is de ambitie om bewust een cluster van onderscheidende, unieke associaties te creëren bij relevante doelgroepen. Branding gaat dus over het bewust creëren van een door de afzender gewenst beeld bij anderen om een gunstige positie ten opzichte van concurrenten te realiseren.

Volgens de Amerikaanse marketingprofessor Philip Kotler is een product alles dat kan worden aangeboden op de markt voor aandacht, aankoop, gebruik of consumptie om een behoefte of wens te bevredigen. Een product kan een fysiek goed zijn (denk aan een voetbalshirt, een computer of een doos punaises), een dienst (zoals een internetprovider, een verzekeringsmaatschappij), een winkel, een persoon (een voetballer, een zanger), een organisatie (een voetbalclub, een politieke partij) en een plaats (denk aan een stad, een staat of een land).

Branding voegt interessante dimensies toe om een product of dienst te onderscheiden van de concurrentie: rationeel en tastbaar, maar vaak juist ook emotioneel, symbolisch en ontastbaar en inspelend op dromen en aspiraties van mensen waardoor sommige merken zelfs een zogeheten 'Lovemark' worden. Het zijn juist de emotionele en symbolische onderdelen die mensen binden aan een merk.

Branding van clubs

Bij de grote sporten draait het al lang niet meer alleen om spelers en het spel. Er is een miljardenindustrie ontstaan, waarbij de branding essentieel is. Juist daardoor lopen miljoenen jochies all over the world in een shirtje van Manchester United en kunnen clubs als Real Madrid en Barcelona aankopen financiers uit de extra opbrengsten van merchandising. Branding zorgt voor de magie.

Branding van toptalent

En nu dus aandacht voor de positionering van een individuele sporter. Wij zetten jullie op het spoor van aanstormend talent omdat daar veel winst te halen is. De meeste junioren op NK-niveau worden immers niet of nauwelijks gesponsord en zijn zelf ook niet erg bezig met hun imago, hun branding.



INSPIRATIE

Dafne Schippers

Een succesverhaal ter inspiratie: Dafne Schippers. Zij is een uitstekend voorbeeld van succesvolle branding van een individuele sporter. Dat dankt Dafne niet uitsluitend aan haar sportprestaties. Waarom zien we de ene sporter, zoals Dafne Schippers, zoveel vaker dan een andere sporter? Wat zorgt ervoor dat sommige atleten interessanter zijn voor merken en het publiek dan andere medaillekandidaten? Voor sponsors zijn drie zaken van belang: sportprestaties, een aantrekkelijk voorkomen en een 'marketable lifestyle'. Daarnaast natuurlijk de betrouwbaarheid, een sympathieke uitstraling, expertise en het hebben van een kenmerkende stijl. Sports Vice redacteur Michel Doodeman legt op kordate wijze uit hoe dit zit. Huiswerk dus ⁽²⁾.

En om een klein beetje te weten waartoe goede branding kan leiden, hebben wij de belangrijkste 'owned mediakanalen' van Dafne op een rijtje gezet. En als je goed oplet dan zie je dat samenwerken en het sluiten van partnerships met sponsors en andere betrokkenen een belangrijk deel van de strategie is.

- WEBSITE: <http://www.dafneschippers.com/?lang=nl>
- TWITTER: <https://twitter.com/dafneschippers>
- FACEBOOK: <https://www.facebook.com/dafneschippersfanpage>
- INSTAGRAM: https://www.instagram.com/dafne_schippers/?hl=nl



2. <https://sports.vice.com/nl/article/qvn7pw/hoer-dafne-schippers-de-godin-van-de-gesponsorde-sporters-werd>

EINDRESULTAAT

Aan de eindstreep van deze periode liggen de spreekwoordelijke bloemen op je te wachten. Ook deze periode sluit je af met een integrale kennistoets en een vaardighedentoets. Het derde onderdeel is jouw Personal Branding dossier en het assessment hierover. De overige 30% van de periodepunten verdien je met het Beroepsproduct. Dit is een adviesrapport dat bestaat uit onderstaande delen:

Beroepsproduct: adviesplan

Hoofdstuk 1: Inleiding <i>analysefase</i>	Introductie sporter en zijn omgeving/stakeholders, quick scan social media / best practises
Hoofdstuk 2: Merkidentiteit <i>strategiefase</i>	Positionering sporter, doelgroepen en sponsorkansen, boodschap en propositie
Hoofdstuk 3: Brandbook <i>uitwerkingsfase</i>	Merkidentiteit sporter, positionering, huisstijl, voorbeelden van uitgewerkte middelen

Dit rapport bevat veel informatie over en voor jouw sporter: profileringskansen, sponsorkansen en een zogeheten Brandbook met voorbeelden van communicatiemiddelen.

We zetten de middelen die jij binnen het Brandbook dient op te leveren hier op een rijtje:

- Introductiefilm sporter (<45 seconden)
- Infographic sporter (rekening houdend met sponsorkansen)
- Uitgewerkt voorstel LinkedIn-profiel (idem)
- Social media: van minimaal drie verschillende kanalen diverse uitgewerkte toepassingen binnen crossmediale theorie en gebaseerd op de huisstijl van de sporter
- In plaats van het derde social medium mag je één heel ander middel uitwerken

Let op: alle onderdelen van het beroepsproduct dien je uiterlijk op vrijdag 14 juni om 23:59 via Gradework in te leveren.

Coaching

De coaching is niet meer gericht op een groepsproces maar op het realiseren van jouw eigen inhoudelijke doelen. Je bent zelf verantwoordelijk voor dit proces maar wij houden wel een vinger aan de pols. Dus náást jouw eigen hulpvragen verwachten wij minimaal de volgende acties van je:

1. Je stelt na overleg met de sporter een document op waarin staat wat de topsporter van jou mag verwachten en op welke wijze jullie concreet invulling gaan geven aan de samenwerking. Dit document bespreek jij met jouw (school)coach;
2. Je houdt wekelijks een logboek bij. Dit weekverslag is tevens de basis voor het wekelijkse overleg op school;
3. Eind week 6 of begin week 7 ga je aan tafel met jouw (school)coach en bespreek je de ingevulde tussentijdse rapportage (zie week 6, onderdeel Onderzoek).

Dit zijn de leerdoelen waar we deze periode aan werken:

- De student dient in zijn rol als opdrachtnemer te zorgen voor een effectieve werkrelatie met de opdrachtgever/sporter
- De student heeft elementair zicht op het thema sportsponsoring
- De student begrijpt de theorie rondom branding en kan deze toepassen op de praktijkwereld van individuele sporters
- In het licht van het belang van branding kan de student een content- en conversatiestrategie voor een individuele sporter opstellen en uitvoeren
- De student kan dit voorgaande planmatig en systematisch realiseren
- De student toont aan rekening te houden met auteursrechten en privacywetgeving
- De student kan de stappen voor het ontwikkelen van een brandingstrategie benoemen en toepassen
- De student begrijpt het concept van een Brandbook en kan een eenvoudige en bruikbare versie samenstellen ten behoeve van de sporter die hij adviseert
- De student kan berichten (korte berichten maar ook achtergrondteksten) schrijven voor (sociale) media en de website van de sporter
- De student past gebruik van (bewegend) beeld en geluid toe, inclusief montage en bewerking zoals geleerd binnen de opleiding

WEEK 1

Onderwijsweek 1 (dinsdag 23 – vrijdag 26 april)

Je gaat aan de slag met de laatste, individuele opdracht. Vermoedelijk heb je al een topsporttalent op het oog, misschien hebben jullie al kennisgemaakt. Deze week staat in het teken van een verkenning. Hoe staat het met de feitelijke profilering van jouw sporter? Wat doet hij/zij al goed? Wat kan beter? In jouw uiteindelijke verslag verwerk je jouw bevindingen tot een eerste inleidend hoofdstuk.

Wat ga je leren?

- Wat het belang is van branding binnen de sportwereld
- Hoe branding binnen de sport eruit (kan) zien / wat een Brandbook⁽³⁾ is
- Hoe je onderzoek kunt doen naar de manier waarop sporters zich profileren

Welke ondersteuning krijg je?

- Kick off periode 4
- Hoorcollege Sportmedia 'Relatie sport en commercie'
- Hoorcollege Brandbook
- Onderzoek – quick scan social media profilering
- Workshop Professioneel schrijven (schrijven achtergrondverhalen)
- Workshop Engels spreekvaardigheid
- Projectcoaching
- Coaching/SLB

Wat lever je op?

Je begint deze week met onderdelen voor het eerste hoofdstuk van je dossier. Hierin neem je o.a. mee:

- Introductie sporter en zijn omgeving/stakeholders, quick scan social media / best practises
- De hoofdpunten van jouw contract (afspraken) met de sporter (de SLB-les deze week gaat hierover)

Tweede punt deze week is aandacht voor het Brandbook (hoofdstuk 3 beroepsproduct). Je krijgt niet alleen al te horen wat dit is; we geven ook alvast hier de winstwaarschuwing dat wij verwachten dat alle door jou op te leveren communicatiemiddelen straks naadloos passen binnen de richtlijnen van dit Brandbook.

Welke bronnen gebruik je?

- Colleges en linkjes op de Fontys-portal
- Periodeboek



29 april – 3 mei

MEIVAKANTIE

WEEK 2

Onderwijsweek 2 (6 - 10 mei)

We zijn in de tweede week en dus is het tijd om met jouw sporter aan tafel te gaan. Vooraf maak je de quick scan en natuurlijk heb je ook een agenda met bespreekpunten opgesteld. Denk in elk geval aan onderstaande punten:

- Korte uiteenzetting van het project, zowel inhoudelijk maar zeker ook de planning
- Bespreken wederzijdse verwachtingen. Geef alvast helder aan wat jij gaat opleveren
- Bespreek de door jou gemaakte quick scan
- Leg alle afspraken vast in een actielijst

Wat ga je leren?

- Sportmedia: hoe sporters zichzelf met behulp van online kanalen en online strategieën in beeld brengen
- Branding: merkidentiteit op basis van archetypen
- Sportmarketing: stakeholdersanalyse; concurrentieanalyse; analyse van de sport(tak)

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Sportmedia
- Hoorcollege Branding
- Hoorcollege Sportmarketing
- Workshop Professioneel schrijven (achtergrondverhaal)
- Workshop Engels mondeling
- Hogeschooltaal
- Projectcoaching

Wat lever je op?

Je werkt deze week verder aan de onderdelen van het eerste hoofdstuk van het dossier. Hierin neem je op:

- Best practises: hoe sporters uiteenlopende media inzetten voor hun beeldvorming
- De quick scan van de social media profilering van de sporter
- De verschillende analyses

Welke bronnen gebruik je?

- Colleges en linkjes op de Fontys-portal
- 'Sportmarketing: waardecreatie binnen de sport'; hoofdstuk 2 (Kok & Gruijters, 2018)



TRICORP WORKWEAR

TRICORP

ZZPR.nl
De sportiefste intermediair

HanClean

CORNELISSEN
aanvaardingsbedrijf zeeland

PROLEASE
YOUR RIDE IS OUR DRIVE

ZZPR.nl

HanClean

WEEK 3

Onderwijsweek 3 (13 - 17 mei)

Deze week ga je aan de slag met de vraag hoe de sporter zich zou kunnen presenteren. Dat doe je op basis van jouw eerdere interview/contact maar ook vanuit de lesstof over de archetypen. Ook bezoek je een of meer sportmomenten van jouw topsporter. Tip: plan nu al de interviews (met toestemming sporter) met personen rondom de sporter (familie, fans, trainer, et cetera). Dit levert content op om straks het verhaal (de story) verder in te kleuren.

Wat ga je leren?

- Deze week veel aandacht voor sponsoring. Wat het is, hoe je het kunt inzetten en uiteraard wat sponsoring kan betekenen voor jouw sporttalent
- Hoe je een sporter kunt helpen bij zijn positionering

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Branding
- Hoorcollege Sponsoring
- Hoorcollege Sportmarketing
- Workshop Professioneel schrijven (achtergrondverhaal)
- Workshop Engels mondeling



- Projectcoaching
- Personal Branding

Wat lever je op?

Je begint deze week aan het tweede hoofdstuk van het dossier. Hierin komt de merkidentiteit van de sporter aan bod. Aandacht voor:

- De opbrengst van jouw overleg met de sporter over de vraag hoe hij/zijn zich zou kunnen positioneren
- Doelgroepen; doelstellingen; boodschap & propositie
- Uitwerken 'brandidentiteit': hoe kan jouw topsporttalent zich optimaal presenteren en profileren (uiteraard o.b.v. archetypen). Dit stuk ga je de komende weken met de sporter bespreken
- Een achtergrondverhaal (500 woorden) over jouw sporter met als insteek het belang van een geschikte sponsor en de waarde van sponsoring. Uiteraard houd je rekening met het voorgaande

Welke bronnen gebruik je?

- Colleges en linkjes op de Fontys-portal
- 'Sportmarketing: waardecreatie binnen de sport'; hoofdstuk 9 & 12 (Kok & Gruijters, 2018)



WEEK 4

Onderwijsweek 4 (20 - 24 mei)

Deze week bespreek je de (jouw concept van de) merkidentiteit van jouw sporter. Zorg ervoor dat je die gereed hebt want dat levert cruciale informatie op over beeldvorming en sponsoring.

Wat ga je leren?

Een van de belangrijkste stappen is of jij op basis van wat je nu weet, kunt onderbouwen welke sponsor goed zou kunnen passen bij jouw sporter. Denk hier goed over na en bespreek dit. Zo'n overlegmoment stelt je ook in de gelegenheid om het te hebben over beschikbaar beeldmateriaal. Mooie foto's kan je maar beter tijdig in huis hebben.

Andere zaken die deze week al jouw aandacht vragen: je begint met het opstellen van een Brandbook en je schrijft weer een achtergrondverhaal (500 woorden). Tot slot: kijk eens terug naar periode 2 en 3. Start gerust al met het werken aan eventuele middelen en vergeet niet het geleerde uit de vorige perioden (bv. crossmedia) in te zetten.

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Sponsoring
- Workshop Brandbook
- Workshop Opzet website
- Workshop Hogeschooltaal
- Workshop Engels
- Workshop Professioneel schrijven (achtergrondverhaal)
- Projectcoaching

Wat lever je op?

- Concept over de markt en de sponsorkansen voor hoofdstuk 2 van jouw advies
- Voorzet / opzet voor Brandbook als basis voor de merkidentiteit (positionering) en bijpassende communicatiemiddelen
- Middelenkeuze en opzet formats (mediaformats binnen de middelen o.b.v. kennis P2 en P3)
- Je gaat aan de slag met de verschillende middelen
- Een achtergrondverhaal (500 woorden) met als insteek de persoonlijke kant van de sporter. Aandacht dus voor mensen die om de sporter heen staan

Welke bronnen gebruik je?

- Colleges en linkjes op de Fontys-portal



FIVB
WORLD TOUR

1
NED

THE BEACH

FIVB

2
NED

BEACH

Beach Champ
VL S300
MIKASA
FIVB
APPROVED

DOUBLE
3799000

WEEK 5

Onderwijsweek 5 (27 – 29 mei)

Een korte week. Veel vrije dagen. Toch mogen we niet verslappen. Houd (mail)contact met jouw sporter en bespreek de door jou bedachte middelen. Ergens deze week of de volgende moet je groen licht krijgen qua middelen, storyline en dergelijke. Houd dat in de gaten.

Wat ga je leren?

Deze week testen we jouw zelfstandigheid. Deze week bevat immers maar drie lesdagen en dus doen we een beroep op jouw discipline. Dit hoort bij de competenties 'professioneel functioneren en plannen & organiseren.' Zorg ervoor dat je tijdig de nodige afspraken maakt. Met mensen in het veld of met jouw docenten op school.

Welke ondersteuning krijg je?

- Workshop Professioneel schrijven (achtergrondverhaal)
- Workshop Engels mondeling
- Projectcoaching



Wat lever je op?

- Hoofdstuk 3: uitwerking Brandbook als basis voor alle communicatiemiddelen
- Hoofdstuk 3: middelenkeuze en (verder) uitwerken (o.b.v. kennis periode 2 en 3)
- Tussentijds evaluatieformulier opdrachtgever/sporter

Welke bronnen gebruik je?

De eerder genoemde bronnen.



WEEK 6

Onderwijsweek 6 (3 – 7 juni)

Deze week moet je absoluut aan tafel met jouw sporter. Leg jouw gemaakte middelen en bijbehorende strategie voor en bespreek deze. Ook een mooi moment om samen naar het concept van jouw Brandbook te kijken. En wat vindt de sporter van jouw achtergrondverhalen?

Wat ga je leren?

Hoe zal de sporter reageren op jouw voorstellen? Wat vindt hij/zij van de (achtergrond)verhalen die jij voorstelt en hebt geschreven? Van de gemaakte middelen? En van het (concept) Brandbook? Sta jij open voor kritiek? Ben je in staat snel en klantgericht jouw voorstellen aan te passen? Dat zijn zo enkele zaken die deze week aan bod komen als het gaat om leren en jezelf verder professioneel ontwikkelen.

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Sponsoring
- Hoorcollege Onderzoek (is jouw opdrachtgever/sporter tevreden?)
- Personal Branding
- Workshop Brandbook
- Workshop Professioneel schrijven (achtergrondverhaal)
- Workshop Engels mondeling
- Projectcoaching

Wat lever je op?

- Hoofdstuk 3: aanscherping Brandbook (inclusief voorbeelden en uitwerking inzet diverse middelen)

Welke bronnen gebruik je?

De eerder genoemde bronnen.



WEEK 7

Onderwijsweek 7 (11 – 14 juni)

Deze week staat in het teken van de oplevering van het project. Het belangrijkste moment hierbij is jouw presentatie bij de sporter. Denk goed na hoe je dit gaat doen. Tip: maak er een feestje van. Als alles naar wens gaat, dan krijgt de topsporter namelijk een prachtig cadeau van jou!

We gaan afronden. Heb je alle materialen gemaakt? Alle gesprekken gevoerd? Ben je tevreden met wat nu voor je ligt? Heb je tijd genomen voor een gedegen eindredactie? En blader beslist even terug naar de pagina met het kopje 'EINDRESULTAAT'.

Wat ga je leren?

In feite toon je deze week aan dat jij in staat bent om zelfstandig een opdracht te kunnen opleveren. Dat doe je natuurlijk in de vorm van een officiële overhandiging van de door jou gemaakte producten. Vanzelfsprekend heb je de afgelopen week hard gewerkt om de (aanvullende) wensen van de sporter mee te nemen in jouw voorstellen.

Ook op het gebied van planning en tijdig opleveren is jouw leerdoel deze week helder (zie onder bij het kopje 'Wat lever je op?').

Welke ondersteuning krijg je?

- Voorbereidende colleges kennistoets
- Workshop Brandbook
- Workshop Professioneel schrijven (achtergrondverhaal)
- Workshop Engels mondeling
- Coaching opzet website



Wat lever je op?

Deze week lever je het volledige adviesplan in. Zoals gebruikelijk lever je de verschillende onderdelen in via Gradework (de deadline is vrijdag 14 juni om 23:59).

Beroepsproduct: adviesplan	Onderdelen	#	
Hoofdstuk 1: Inleiding <i>analysefase</i>	Introductie sporter en zijn omgeving/stakeholders, quick scan social media / best practises	20	Analyseren en onderzoeken
Hoofdstuk 2: Merkidentieit <i>strategiefase</i>	Positionering sporter, doelgroepen en sponsorkansen, boodschap en propositie	20	Ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid
Hoofdstuk 3: Brandbook <i>uitwerkingsfase</i>	Merkidentiteit sporter, positionering, huisstijl, voorbeelden van uitgewerkte middelen	60	Creëren en realiseren Plannen en organiseren
		100	



TOETSING

Week 8 en 9: toetsing

In onderwijsweek 8 en 9 (17 t/m 25 juni) ronden we periode 4 af. Je kunt in deze weken laten zien dat je alle onderdelen die in deze periode aan bod zijn geweest in voldoende mate beheerst. We hebben vier toetsonderdelen die we hieronder toelichten. Voor elk onderdeel moet je minimaal een 4,5 halen.

Het gemiddelde van de vier onderdelen moet minimaal een 5,5 zijn en je mag van de vier onderdelen maximaal één onderdeel onvoldoende hebben. De onderdelen tellen niet allemaal even zwaar mee bij het vaststellen van je periodescijfer. De weging van een toets zie je hieronder.

Integrale kennistoets (weging 20%)

In de zeven collegeweken van deze periode heb je veel kennis en inzichten opgedaan bij de diverse vakken (hoorcolleges). In hoeverre is deze kennis blijven hangen? Dat stellen we vast tijdens een individuele kennistoets. Deze bestaat uit 40 meerkeuzevragen en 10 open vragen verdeeld over de gehele stof van de onderstaande vier vakken:

- Sportmedia
- Sportsponsoring
- Branding
- Sportmarketing

Vaardigheidstoets (weging 20%)

Je hebt deze periode geleerd hoe je een achtergrondartikel moet schrijven. De individuele vaardigheidstoets Professioneel schrijven (achtergrondartikel) bestaat uit het opstellen van een achtergrondartikel van 750 woorden. Uiteraard dient dit artikel te gaan over jouw topsporter.

Beroepsproduct in de vorm van een adviesplan (weging 30%)

Zeven weken lang heb je door middel van deelopdrachten gewerkt aan het maken van een adviesplan inclusief allerlei middelen voor jouw (aanstaande) topsporter. Dit dossier heb je professioneel vormgegeven met de vaardigheden die je hebt geleerd tijdens de eerdere colleges. Je levert het dossier in op vrijdag 14 juni, uiterlijk om 23:59. Dat doe je via Gradework.

Personal Branding (weging 30%)

Gedurende het hele eerste jaar heb je uiteenlopende Personal Branding opdrachten gemaakt. Tijdens een assessment kijk je met jouw coaches terug op jouw geleverde werk en de gemaakte keuzes. Het assessment vindt plaats in de periode 17 t/m 25 juni. Het dossier Personal Branding lever je in op vrijdag 14 juni, uiterlijk om 23:59 uur. Ook nu weer via Gradework.

Toetsoverzicht periode 4

Wil je nog even alle toetsen overzichtelijk onder elkaar zien?

Onderdeel	Toetsvorm	Studie- punten	Weging	Minimum cijfer (max 1 onder- deel onvol- doende)	Gemiddeld cijfer
De sporter als merk		15			5,5
Integrale kennistoets <i>Wat weet ik?</i>	Schriftelijk		20	4,5	
Vaardigheidstoets <i>Wat kan ik?</i>	Schriftelijk		20	4,5	
Personal Branding <i>Wie ben ik en wat wil ik?</i>	Portfolio & assess- ment		30	4,5	
Beroepsproduct <i>Waar blijkt dat uit?</i>	Adviesplan & assessment		30	4,5	

