Minor Ondernemerschap Eind Assessment versie 2.0

Mondgroep:

Onderneming:

Assessor: Coach: Datum assessment:

Student: Student: Student: Student:

**Beoordeling Portfolio (2 ECTs)** Beoordeling kwaliteit van de bewijsvoering

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kwaliteitseisen van de bewijsvoering** | **Onvoldoende** | **Voldoende** | **Goed** | **Excellent** (= goed EN meer… alles wat het team gedaan is uiting van een oog voor detail en presentatie, het boeit en verrast) |
| Volledigheid en actualiteit van informatie | Voor één of meerdere opdrachten mist een tegel (indicator lager dan 100%); niet alle door de minor gevraagde producten zijn opgeleverd en/of zijn geen reflectie van de actualiteit. | Er is voor elke opdracht een tegel aangemaakt op het portfolio (indicator op 100%), alle door de minor gevraagde producten zijn opgeleverd en in lijn met laatste inzichten en ontwikkelingen. | Een opdracht is in meerdere tegels uitgewerkt, er zijn ‘vrije opdrachten’ gemaakt waar extra werk mee getoond wordt. |  |
| Professioneel taalgebruik dat aansluit bij branche/markt | De beheersing van het Nederlands is matig op gebied van: spelling, woordgebruik, zins- en tekstopbouw, leesbaarheid, samenhang, en/of afstemming op doel en publiek (toon) | Het Nederlands is op het niveau dat verwacht mag worden van een hbo-student (dus prettig leesbaar en zonder spelfouten) | Uit het werk blijkt een ondernemende ‘toon’ die passend is voor een professional in het beroepsgebied. Vloeiend taalgebruik dat de lezer meeneemt in het verhaal van de onderneming. |  |
| Professionele vormgeving die aansluit bij branche/markt | Er is geen of verkeerd gebruik gemaakt van de vormgevingselementen van het portfolio: afbeelding (banner) bovenaan, afbeeldingen van studenten in de teambox, logo (zichtbaar in de teambrowser), passende steunkleur gekozen (kleur in de onderkoppen, icoontjes).  Het portfolio nodigt niet uit tot lezen. | Er is op juiste wijze gebruik gemaakt van de vormgevingselementen van het portfolio. De afbeeldingen op de tegels communiceren de inhoud. Binnen de tegels is er aandacht voor vormgeving door het gebruik van tussenkoppen, afwisseling tussen tekst en beeld. Het portfolio nodigt uit om te lezen. | Er is meer aandacht besteed aan de vormgeving door: wisselende of geanimeerde banners, Portretfoto’s hebben dezelfde uitstraling, tegels hebben samenhangende afbeeldingen (geen simpele stockfoto’s) of er is gekozen voor een grote relevante opgeknipte foto. De inhoud heeft extra opmaakkenmerken zoals kolommen of citaten.  Afbeeldingen zijn passend gesneden, of zijn klikbare thumbnails.. |  |
| Inhoudelijke consistentie | Tegels bevatten slechts links naar onderliggende documenten (zoals .pdf of .xls) De volgorde van tegels is niet bewerkt (oudste bovenaan, nieuwste onderaan).  Verschillende tegels lijken door verschillende personen geschreven.  Tegels spreken elkaar inhoudelijk tegen.  Het portfolio is niet actueel. Het portfolio geeft onvoldoende beeld van de doorlopen minor. | Het portfolio communiceert het hele verhaal van de doorlopen minor. Er is een logische samenhang tussen tegels. Uit het portfolio wordt duidelijk wat de onderneming gedaan heeft. | Tegels sluiten inhoudelijk op elkaar aan, de verhalen worden aan elkaar geregen. Er wordt vooruit of terugverwezen. Uit het portfolio wordt duidelijk welke ontwikkelingen er binnen de onderneming plaats gevonden hebben. |  |

**Beoordeling van de onderneming (12 ECTs)** Beoordeling beargumentering van gedrag rondom de praktijktaken (in de eerste kolom)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Praktijktaken** | **Targets**  **Gerealiseerd? Toelichting…** | **Onvoldoende** | **Voldoende** | **Goed** | **Excellent** |
| Effectieve onderneming + organisatie Ondernemer(s) is/ zijn in staat een onderneming organisatorisch en financieel goed in te richten. De taken/ verantwoordelijkheden zijn afgestemd op de externe markt en er is rekening gehouden met interne kwaliteiten. |  | * Het onderling functioneren van het team is het voornaamste obstakel geweest, waardoor men niet of nauwelijks aan ‘ondernemen’ toegekomen is. * Toelichting van de eigen onderneming aan de hand van het BMC is oppervlakkig en weinig gespecificeerd. * De financiële onderbouwing is er, maar blijkt weinig doordacht. Net als de toekomstvisie, die slechts oppervlakkig beargumenteerd kan worden. | * Team (planning, verdeling werkzaamheden, effectiviteit en synergie) * Onderneming kunnen toelichten aan de hand van het meest recente uitgewerkte, doordachte en onderbouwde BMC * Doordachte financiële onderbouwing kunnen geven voortvloeiend uit inzicht in het eigen business model * Toekomstgerichte visie op onderneming is helder | * Het functioneren is aantoonbaar goed verlopen als gevolg van het handelen van de verschillende teamleden. * Het BMC (of ander business model) is actief gebruikt bij de ontwikkeling van de verschillende facetten van de onderneming. * De financiële onderbouwing sluit naadloos aan bij de verkregen inzichten en resources en is optimaal. * Toekomstgerichte visie m.b.t. haalbaarheid, schaalbaarheid, duurzaamheid en mogelijke verdienmodellen. | Het team heeft alles wat bij goed staat, en daarbovenop iets extra’s, zoals bijv:   * De verschillen in het team optimaal benut. * Een toekomstgerichte visie hoe de samenwerking verdiept kan worden en kan groeien. * De chemie/enthousiasme in het team, dat zichtbaar impact bij betrokkenen genereert |
| Product/dienst/prototype ontwikkeling + waarde- creatie Ondernemer(s) is/zijn in staat waarde te herkennen van product/dienst/ prototype en een conceptidee te vertalen naar een concrete uitvoering en ontwikkeling van product/dienst/prototype. |  | * Er is beperkt onderzoek gedaan, de input van een veelheid van betrokkenen is beperkt en/of matig verwerkt. Er is (daardoor) dan ook weinig ontwikkeling in het product, de dienst of het prototype geweest. * Het product, de dienst of het prototype en/of het business model is weinig creatief, innovatief én doordacht. | * Bij totstandkoming is aantoonbaar ontwikkeling geweest op basis van onderzoek (markt-, literatuur- of desktop onderzoek), feedback van klanten, concurrenten, stakeholders en de markt (denk hierbij aan leveranciers, fabrikanten, financiële instellingen, distributeurs, technici, designers, branchedeskundigen etc.) * Het product, de dienst, het prototype en/of het business model is helder en doordacht. | * Er is doorlopend onderzoek gedaan hetgeen een sterke ontwikkeling in product, dienst of prototype tot gevolg heeft gehad. * Het product, de dienst, het prototype en/of het business model is helder en goed beargumenteerd, en diverse betrokken partijen hebben het product, de dienst, het prototype dan ook aantoonbaar met enthousiasme ontvangen. | Het product, de dienst, of het prototype heeft alles wat bij goed staat, en daarbovenop iets extra’s, zoals bijv:   * variaties in product/dienst/prototype aangebracht (in co-creatie ontwikkeld), een tweede product/dienst * product/dienst doet écht mee op de markt * concurrenten zijn bekend met je product, Etc. |
| Marktbewerking (marketing en middelen)  De ondernemer(s) is/zijn in staat de propositie effectief en op strategische wijze te communiceren naar verschillende stakeholders. |  | * Communicatie met betrokkenen is weinig afgestemd op de verschillende doelgroepen op gebied van inhoud, keuze voor kanaal en het communicatiemiddel zelf. * Afwegingen aangaande marketing zijn oppervlakkig, missen onderbouwde verantwoording en/of zijn niet of nauwelijks origineel. | * De marketingactiviteiten sluiten aan bij verschillende doelgroepen en er is een passende keuze voor kanalen en communicatiemiddelen * Strategie en uitvoering zijn helder en professioneel vormgegeven * Marketingactiviteiten en – middelen zijn onderbouwd op HBO niveau | * De marketingactiviteiten zijn goed onderbouwd en de aansluiting met doelgroepen is aantoonbaar geslaagd. * Strategie en uitvoering zijn creatief, professioneel en goed doordacht vormgegeven | De marketingactiviteiten hebben alles wat bij goed staat, en daarbovenop iets extra’s, zoals bijv:   * hoge vindbaarheid op google op relevante zoektermen * Uitgedachte social media strategie en/of media strategie (resulterend in bijv. uitzonderlijke free publicity), Etc. |
| Marktbewerking (sales)  De ondernemer(s) is/zijn in staat een koppeling te maken tussen propositie en doelgroep(en), hetgeen resulteert in marktacceptatie, verkopen en winstgevendheid. |  | * De eigen marktkennis is beperkt en inzicht in kritische succesfactoren is oppervlakkig. * De hoeveelheid werk, de effectiviteit in handelen staat niet of nauwelijks in verhouding met de gestelde doelstellingen. * Men heeft overwegend zichzelf als vertrekpunt genomen in marktbewerking. * Bij een gebrek aan marktacceptatie zijn weinig alternatieven bedacht en uitgeprobeerd. * De ontwikkelde strategie is gericht op behalen van minimale targets ipv schaalbaarheid en winstgevendheid in de praktijk. | * Salesstrategie is onderbouwd en sluit aan bij het business model en marktsegmenten (dwz er is zekere expertise in de eigen markt; hoe die markt werkt en wat zijn kritische succes factoren zijn) * Salesstrategie is effectief uitgevoerd; aantal gesprekken past bij de omvang van marktsegment en heeft geresulteerd in de afgesproken targets * Marktbewerking is uiting van marktgerichte/ klantgerichte benadering * Bij gebrek aan marktacceptatie heeft de onderneming zichtbaar alternatieve sales strategieën toegepast, dan wel product/markt combinatie wijzigen doorgevoerd | * De salesstrategie imponeert de beoordelaar qua verkregen kennis over de marktwerking en kritische succesfactoren. * De marktbewerking is aantoonbaar succesvol en geeft een en al blijk van een klantgerichte benadering. * De uitvoering van de (sales)strategie   leidt aantoonbaar naar aanwas van klanten en de gestelde doelen op gebied van schaalbaarheid en winstgevendheid zijn behaald.   * Sales strategieën zijn aangepast op- of geven zicht op schaalbaarheid en winstgevendheid | De salesstrategie heeft alles wat bij goed staat, en daarbovenop iets extra’s, zoals bijv:   * uitzonderlijke marktinterventies (bijv. internationale markt, unieke duurzame klant) * targets overtroffen * brede relevante klantenkring * duurzame samenwerkingrelaties in de markt die tot lead-generatie leiden   Etc. |
| Corona rubric  Het team heeft ingespeeld op de veranderende omstandigheden daarmee blijk gegeven van ondernemerschap. |  | -Het team is door de crisis bij de pakken gaan neerzitten en wijt hun gebrek aan succes aan de crisis en/of is niet verder gekomen dan zonder strategie hun aanbod online te zetten. | Het team heeft met hun propositie en/of marketingstrategie en/of businessmodel proberen in te spelen op de crisis en daar enige iteraties op gedaan. | Het team zag nieuwe of andere kansen in de veranderende markt en heeft geprobeerd deze effectief te benutten. Verschillende ideeën en of strategiën zijn getest en dit heeft geleid tot een effectieve aanpak waarbij actief naar buiten is getreden. | Het team heeft de crisis aangewend en is met een indrukwekkende aanpak gekomen. Er is effectief ingespeeld op de nieuwe situatie. De propositie, het businessmodel en de strategie sluiten goed aan bij de nieuwe omstandigheden. De crisis heeft ze geenszins weerhouden naar buiten te treden. |