

BEDRIJF EN MARKTACCEPTATIE
(22 ECTS)

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.
- Geen juridische zaken op orde zoals samenwerkingsovereenkomst tussen de ondernemers en externen, algemene voorwaarden, AVG, wet en regelgeving van product of dienst.
- De onderneming heeft geen duidelijk beeld over de impact van de werkzaamheden van het bedrijf. De SDC's zijn niet gebruikt om deze analyse goed te maken. Er zijn vage en onduidelijke keuzes gemaakt naar aanleiding van hun analyse
- Netwerk is niet in kaart gebracht.
- Toelichting van de eigen onderneming aan de hand van het WPC en BMC zijn 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 WPC en BMC
- Netwerk is in kaart gebracht en netwerkdoelstellingen zijn geformuleerd.
- Doordachte financiële onderbouwing kunnen geven voortvloeiend uit inzicht in het eigen businessmodel
- Toekomstgerichte visie op onderneming is helder
- De onderneming heeft de SDC's gebruikt voor een analyse over de impact van de bedrijfswerkzaamheden (BMC) en heeft hieruit logische korte- en langertermijn acties op geformuleerd.
- Hebben juridische zaken op orde zoals samenwerkingsovereenkomst tussen de ondernemers en externen, algemene voorwaarden, AVG, wet en regelgeving van product of dienst.

- Het functioneren is aantoonbaar goed verlopen als gevolg van het handelen van de verschillende teamleden.
- Het BMC en WPC 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.
- Netwerkdoelen zijn geformuleerd en planning is uitgevoerd.
- Gebruiken de SDC's voor een scherpe analyse over de impact van hun BMC. Zowel ecologische als sociale factoren zijn onderzocht. Hieruit volgen logische, concrete en eerlijke acties voor de korte en lange termijn

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
- Onderneming wordt door externen benaderd met vragen over expertise.
- Bijzonder goede kwantitatieve analyse van de impact. Bijzondere out of the box ideeën om negatieve impact te minimaliseren of positieve impact te maximaliseren.

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 businessmodel is weinig creatief, innovatief en doordacht.

- Bij totstandkoming is aantoonbaar ontwikkeling geweest op basis van onderzoek (markt-, literatuur- of desktoponderzoek), 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 businessmodel 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 businessmodel 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 mediastrategie en/of media strategie (resultierend 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.

- Sales strategie is onderbouwd en sluit aan bij het businessmodel en marktsegmenten (dwz er is zekere expertise in de eigen markt; hoe die markt werkt en wat zijn kritische succes factoren zijn)
- Sales strategie 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 sales strategie 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 sales strategie heeft alles wat bij goed staat, en daarbovenop iets extra's, zoals bijv:
- Uitzonderlijke marktinterventies (internationale markt, unieke duurzame klant)
- Targets overtroffen
- Brede relevante klantenkring
- Duurzame samenwerkingsrelaties in de markt die tot lead-generatie leiden
- Etc.

PERSOONLIJK ONDERNEMERSCHAP
(8 ECTS)

ONVOLDOENDE

VOLDOENDE

GOED

EXCELLENT

Inzicht en inzetten van competenties

Ondernemer heeft inzicht in eigen persoonlijkheidskenmerken en competenties, die zowel kunnen bijdragen aan het succes van de onderneming als belemmerend kunnen werken en kan zichzelf daarin sturen.

De ondernemer heeft weinig tot geen reflectie op ondernemerschap competenties en persoonlijkheidskenmerken. De reflectie gaat niet verder dan oppervlakkige observaties.

De ondernemer heeft inzicht in eigen competenties en persoonlijkheidskenmerken en kan deze met voorbeelden ten aanzien van de eigen onderneming illustreren.

De ondernemer heeft veel inzicht in eigen competenties en persoonlijkheidskenmerken en vraagt actief om feedback en kan deze feedback direct toepassen in in eigen onderneming.

De ondernemer heeft veel inzicht en vraagt actief om feedback en kan dit ook toepassen. De reflectie is diepgaand en omvat kritisch denken en analyse. Stimuleert de ontwikkeling van teamgenoten. Dit heeft aantoonbaar positief bijgedragen aan onderneming.

Professionele Ontwikkeling

Ondernemer heeft duidelijk voor ogen wat zijn persoonlijke leerdoelen zijn in de minor en heeft daar aantoonbaar ontwikkeling in laten zien.

De ondernemer heeft geen duidelijke leerdoelen. Niet voorafgaand aan de minor, maar ook niet geformuleerd tijdens de minor

De ondernemer heeft duidelijke en haalbare leerdoelen opgesteld. Kan op basis van een voorbeeld per leerdoel ontwikkeling aantonen.

De ondernemer heeft een duidelijk en concreet in beeld wat eigen leerdoelen zijn. Kan dit rijk illustreren met voorbeelden en heeft doormiddel van reflectie nieuwe inzichten verkregen wat heeft geleid tot nieuwe leerdoelen.

Heeft naast wat er bij goed staat ook nog: De ondernemer heeft eigenaarschap genomen in zijn/haar leerdoel en is continue op zoek gegaan naar hoe hij/zij dit leerdoel kan verbeteren. Heeft een stappenplan gemaakt om doel te bereiken.

Bijdragen in Onderneming

Ondernemer heeft een belangrijke bijdrage geleverd in ontwikkelen van product/dienst/businessconcept en deze bijdrage was van belang voor succes van de onderneming.

De ondernemer heeft meegelift met de anderen. Student heeft weinig meer geleverd dan het uitvoeren van simpele toegewezen taken.

De ondernemer was taakbewust. Student heeft actief geparticipeerd in team en goed meegedacht over ontwikkeling concept en strategieën. De acties die zijn ondernomen hebben bijgedragen aan positief resultaat van de onderneming.

Belangrijk deel van ontwikkeling concepten en strategieën zijn de ondernemer toe te schrijven. Er zijn concrete voorbeelden van nieuwe ideeën, producten, diensten of verbeteringen die zijn geïntroduceerd in de onderneming. De individuele bijdrage van van groot belang voor het succes

Zie goed + Naast dat de bijdrage essentieel was stimuleert de ondernemer ook een cultuur van innovatie en moedigt anderen aan om nieuwe ideeën aan te dragen. En stimuleert verdere actieve bijdragen van de compagnons.

Actief naar buiten treden

Ondernemer is actief naar buiten getreden en heeft actief contact onderhouden met verschillende stakeholders en marktpartijen.

Student heeft nauwelijks contact gehouden met buitenwereld. Heeft niet verder gekeken dan directe omgeving. Onzichtbaar als gezicht van de onderneming

Student heeft effectief eigen netwerk aangesproken. De ondernemer is actief en zichtbaar in relevante professionele netwerken, brancheverenigingen en sociale media, klantsegmenten en samenwerkingspartners.

Er is bewijs van deelname aan conferenties, evenementen en andere gelegenheden om de onderneming te vertegenwoordigen. De ondernemer heeft gezorgd voor mediapublicaties, persberichten, blogs, interviews of andere PR-activiteiten waarbij de ondernemer betrokken is.

Alles hiervoor + De ondernemer is het gezicht van de onderneming, heeft een sterke aanwezigheid en wordt erkend als een expert in zijn/haar vakgebied. De ondernemer zoekt actief naar partnerschappen en samenwerkingsmogelijkheden met andere bedrijven en organisaties.

Risicobereidheid

Ondernemer heeft laten zien -ingecalculeerd-risico te durven nemen zowel op persoonlijk vlak als financieel/organisatorisch

De ondernemer durfde geen risico te nemen en was zeer terughoudend om naar buiten te treden met concept. Is bang voor oordelen van buiten.

De ondernemer gebruikt gegevens en informatie om weloverwogen beslissingen te nemen en risico's te beperken of te nemen. Is niet bang te falen.

De ondernemer analyseert risico's zorgvuldig, maar is bereid om te handelen en de gevolgen te aanvaarden. Heeft ook een backup-plan. Is bewust dat ook een faalervaring leerzaam kan zijn.

De ondernemer neemt risico's in het belang van het bedrijf en is niet bang om gevestigde normen uit te dagen. Er is bewijs van het identificeren, evalueren en beheren van potentiële risico's in de bedrijfsvoering.