

# Strategische

1.

**Missie:** “ Centraal op de Calo staat het opleiden en bijscholen van (toekomstige) professionals met toegevoegde en toekomstige waarde in werkveld sport, bewegingsonderwijs en gezondheidszorg.”



2.

**Externe analyse:** Directe en indirecte concurrenten qua opleidingen. Calo een na beste LO-opleiding van alle LO-opleidingen. Calo moet zich kwalitatief onderscheiden.

3.

**Interne analyse:** middelen van de Calo scoren hoog op het gebied van een duurzaam concurrentievoordeel. Op de capaciteiten en randvoorwaarden wordt lager gescoord.

4.

<b>Sterktes</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• De gemoedelijkheid binnen de Calo</li><li>• Goed opgeleide docenten</li></ul>	<b>Kansen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Online les, zodat de studenten thuis kunnen studeren</li></ul>
<b>Zwaktes</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Geen uitgebreide kennis van marketing</li></ul>	<b>Bedreigingen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• De stad Zwolle is nog niet aantrekkelijk genoeg</li><li>• Door de jeugd van tegenwoordig wordt het sporten bij kinderen minder en dat kan later effect hebben voor de opleiding</li></ul>

# analyse Calo

5.

De CALO heeft een nauwe **scope**. De Calo focust op slechts één of enkele producten in een specifieke markt, gericht op een specifieke doelgroep. Voordelen: de CALO is transparant en efficiënt. Nadelen: Het risico door afhankelijkheid van één product.

## **Implementatie:**

Inhoud: SMART-doelstellingen

Context: leidinggevende meer naar voren stappen.

Proces: niet van toepassing.

6.

7.

## **Evaluatie:**

Maatschappij: Sport als middel

Aanbod variatie: Meer richtingen

Docenten: kwalitatief bekwame docenten aannemen

Studenten: goede en intrinsiek gemotiveerde studenten toelaten

Topsportprogramma: aanbieding ervan

*Heeft de Calo een duurzaam bestaansrecht?*

**Ja, met de nodige aanpassingen**