



Professional Certificate in Sport Marketing and Brand Management

BLENDLED HEERENVEEN



5 maanden

Blended

Online: 3 cursussen van ongeveer 10 uur per week.
Op locatie: kick-off op 3 september 2026 en 3 sessies op 14, 21 en 28 januari 2027

Start 3 september 2026

Eind 28 januari 2027

Locatie

Cruyff Education Hub
Heerenveen (Cunabula,
Heremaweg 22, 8444 AP
Heerenveen)

Taal

Online cursussen in het
Engels en sessies op locatie
in het Nederlands

Certificaat

Certificaat voor het
programma 'Professional
Certificate in Sport
Marketing and Brand
Management'

Prijs

Bedrag: € 2.438,02.
BTW (21%): € 511,98.
Totaal: € 2.950,- (voor
academisch
jaar 2026-2027).

Betalingsvoorwaarden

Eénmalige betaling of in
twee termijnen (op verzoek)

Speciale voorwaarden

Korting voor alumni
en medewerkers van
partnerorganisaties

Aanmelden

Inschrijven mogelijk tot aan
de start van het programma

PROFESSIONAL CERTIFICATE IN SPORT MARKETING AND BRAND MANAGEMENT (BLENDED)



“Dit programma is ontworpen voor toekomstgerichte leiders die graag betrokken willen zijn bij het ontwerpen van fan-ecosystemen met impact, het opbouwen van merkervaringen die emoties oproepen en het positioneren van sportorganisaties als flexibele platforms die zorgen voor verbinding, innovatie en duurzame groei”.

LUKAS DORDA
Associate Academic
Director

Een strategisch programma voor sporters en sportprofessionals die de commerciële toekomst van sportorganisaties willen vormgeven.

Het Professional Certificate in Sport Marketing and Brand Management is ontworpen voor ambitieuze sporters en sportprofessionals die hun overstap naar commerciële, marketing- en leiderschapsrollen in de sportsector willen versnellen.

Gebaseerd op het gedachtegoed van Johan Crujff en strategische marketingprincipes, helpt dit programma je slimme, goed onderbouwde keuzes te maken die het verschil maken voor fans, merken (brand management) en commerciële resultaten.

Het programma is ontworpen voor (top)sporters die een volgende stap in hun carrière willen zetten en voor (sport)managers en professionals die werken op het gebied van (sport)marketing, finance en/of operations. We creëren een inspirerende en hoogwaardige leeromgeving waarbij alle deelnemers ervaren hoe besluitvorming in de sportwereld werkt.

Wij bieden een sportbusinessprogramma, gebaseerd op het gedachtegoed van Johan Crujff, dat ambitieuze sporters en sportprofessionals helpt om weloverwogen en onderbouwde beslissingen te nemen – beslissingen die moderne sportorganisaties krachtig positioneren en commercieel succesvol zijn.



RUIMTE CREËREN. BETERE BESLISSINGEN NEMEN. WINNENDE MERKEN BOUWEN

Het programma biedt een duidelijke en logisch opgezette leerreis die gebaseerd is op drie uitgangspunten van marketing en modern brand management:

1 Diagnose

- **Marktgericht denken:** inzicht krijgen in welke merken er bestaan en waarom, hoe markten en fans zich gedragen en wat de uitgangspunten zijn van modern merkmanagement.
- **Marktonderzoek:** verzamelen en analyseren van kwalitatieve en kwantitatieve gegevens om markten en doelgroepen beter te begrijpen.
- **Segmentatie:** analyseren en indelen van markten, fans, merken en sportorganisaties.

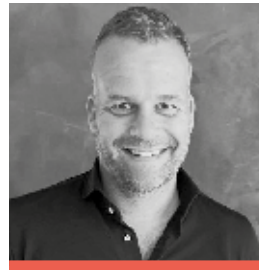
2 Strategie

- **Targeting:** bepalen van korte- en langetermijndoelen, selectie van de juiste doelgroep en toepassing van de marketingfunnel.
- **Positionering:** versterken van de merkpositionering en merkwaarde door onderscheidend vermogen ten opzichte van andere merken.
- **Merkcodes:** bestuderen van herkenbare elementen van een merk die bijdragen aan een sterke en onderscheidende merkidentiteit.
- **Merkdoelstellingen:** opbouwen van een effectieve marketingfunnel en het formuleren van duidelijke strategische merkdoelen.

3 Uitvoering

- **Merken activeren:** toepassen van de 4 P's van marketing en het waarborgen van een consistente merkuitstraling.
- **Fans betrekken:** opbouwen van sterke relaties met doelgroepen en het realiseren van commerciële resultaten.
- **Budgettering:** werken met zero-based budgeting (CAAP) en het monitoren van merkprestaties (met behulp van onderzoek).

Deze methode volgt de manier waarop toonaangevende sportorganisaties en professionals hun uitdagingen in de praktijk aanpakken en oplossen.



“Succes in de moderne sportwereld hangt af van scherpe commerciële beslissingen en een onderscheidend merk. Dit programma helpt professionals om diepere merkverbindingen te realiseren, ruimte voor groei te creëren volgens de filosofie van Johan Cruyff en bedrijfsimpact te realiseren, gebaseerd op de drie pijlers van marketing.”

FOLKERT VAN DER HEIDE RM
Academic Director, sessies op locatie

VOORDELEN

- Je volgt de opleiding terwijl je kan blijven werken, trainen en/of deelnemen aan wedstrijden.
- Je kunt studeren vanaf elke gewenste locatie, maar blijft altijd in direct contact met je docenten.
- Je hebt flexibele uren, zodat je in je eigen tempo kunt leren.
- Je doet waardevolle netwerkervaring op.
- Je leert rechtstreeks van de praktijkervaring van professionals in de sportsector.

KICK-OFF

3 SEPTEMBER 2026

On campus

Kick-off sessie (3 uur, in het Nederlands)

Inleiding in de academische legacy van Johan Crujff

Onderlinge kennismaking

Introductie van het programma, verwachtingen en leerreis

Deze sessie is de start van een academische reis waarbij we het gedachtegoed van Johan Crujff inzetten als een manier van denken over sport, leiderschap en besluitvorming.

ONLINE PROGRAMMA (IN HET ENGELS)

8 SEPTEMBER – 11 OKTOBER 2026

CURSUS 1 Fan engagement

Inleiding fan engagement

Kernconcepten fan engagement

De fan begrijpen

Fan engagementstrategie

Best practices in fan engagement

Huidige en toekomstige trends in fan engagement

6 OKTOBER - 13 DECEMBER 2026

CURSUS 2 Sportmarketing

Inleiding sportmarketing

Sportmarkten

Sportconsumenten & stakeholders

Onderzoek in sportmarketing

Sportservices

Marketingkansen in sport

Marketingstrategie: doelen & segmentatie

Marketingstrategie: positionering & waardepropositie

Marketingmix in sportorganisaties

Communicatieplan

Marketingplan

17 NOVEMBER – 20 DECEMBER 2026

CURSUS 3 Branding in voetbal

Transformatie van de sportsector

- Strategisch belang van branding
 - Typologie van sportmerken
 - Transformatie, digitalisering en internationalisering
 - Rol van het sportmerk
-

Merkstrategie

- Fasen van merkcreatie
 - Merkanalyse en diagnose
 - Merkschrijving
 - Merkcreatie en activatie
-

Brand management & beheer

- Tools voor merkmanagement
 - KPI's en meetsystemen
-

PRAKTIJKSESSIES OP LOCATIE (IN HET NEDERLANDS)

Tijdens deze sessies gaat het om toepassing, discussie en besluitvorming, zonder herhaling van de theorie. De academische kaders worden direct vertaald naar strategische keuzes in de Nederlandse sportcontext.

14 JANUARI 2027

On campus

Fan engagement

15 OF 21 JANUARI 2027

On campus

Sportmarketing

16 OF 28 JANUARI 2027

On campus

Merkmanagement

MAXIMALE FLEXIBILITEIT

De online opzet biedt maximale flexibiliteit met behoud van academische kwaliteit en betrokkenheid.

- Toegang tot content op elk moment van de week
- Aanbevolen studiebelasting: 8-10 uur per week
- Leerbronnen: readers, podcasts, video's, artikelen en cases
- Continue begeleiding door docenten met duidelijke instructies en deadlines

Live webinars door docenten en gastexperts; opnames beschikbaar om later terug te kijken



STRATEGIE LEREN VIA ECHE CASES UIT DE SPORT

Het gaat om spraakmakende real-life cases, verschillende niveaus van branding, businessmodellen en marktomvang.

BINNEN HET VOETBAL

- **PSV Eindhoven & Brainport Eindhoven**
Merkstrategie, internationale positionering, stakeholdermanagement
- **sc Heerenveen & WOLKOM**
Community-driven branding, authenticiteit, lange-termijn merkopbouw
- **FC Groningen & Hero Club / third jersey**
Merkactivatie, commerciële fanbeleving, balans tussen omzet en merkwaarde
- **FC Barcelona & Spotify**
Internationale merkpartnerships, culturele relevantie, strategisch risico's

BUITEN HET VOETBAL

Cases uit het schaatsen en olympische sporten om clubmerken en (top)sport-gerelateerde modellen te vergelijken op het vlak van:

- Fan engagement
- Sponsoring
- Merkbeheer en sportbeleid



PAS SPORTTHEORIE DIRECT TOE IN DE PRAKTIJK

Na afronding van het programma kunnen deelnemers:

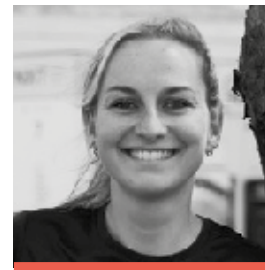
- Merk- en marktsituaties in sportorganisaties analyseren
- Expliciete en coherente strategische keuzes maken
- De consequenties van keuzes begrijpen op uitvoerings-, beleids- en financieel-economisch niveau
- Theorie vertalen naar beslissingen in de praktijk binnen sportorganisaties

Het programma vormt een strategische brug tussen theorie en praktijk, stevig geworteld in de bestaande realiteit van sportorganisaties in Nederland.



VOOR WIE BEDOELD EN WAT TE BEREIKEN

- Professionals in (sport)marketing, branding en/ of commerciële functies die hun professionele loopbaan een boost willen geven.
- Managers en medewerkers van sportclubs, bonden en competities die een beter begrip of een strategische aanpak van sportmarketing en brand management willen ontwikkelen.
- Adviseurs en medewerkers in de zakelijke sector en entertainmentwereld die zich willen verdiepen of specialiseren in sportmarketing en branding.
- (Top)sporters en voormalig sporters die een managementrol ambiëren in de sportsector.
- Iedereen met een passie voor sport die een gestructureerd en praktisch begrip ambiert van sportmarketing en merkmanagement.



“De Cruyff Education-aanpak gaf mij de kennis en tools om sportmarketing te begrijpen, waardoor ik kon groeien als sporter, als professional en als persoon. Ik heb er vertrouwen in dat deze aanpak ook de studenten zal inspireren die ik hoop te ontmoeten in dit nieuwe studieprogramma.”

MELISSA WIJFJE
Voormalig langebaanschaatsster
Cruyff Education Hub Coordinator |
Partnerships



Cruyff Education Hub Heerenveen (Cunabula)

Heremaweg 22
8444 AP Heerenveen
Nederland

Meer informatie over dit programma

melissawijfje@cruyffinstitute.org
M: +31 682 100 002




Johan Cruyff Institute

Av. Tididabo, 15
08022 Barcelona
Spanje

Studieadvies

mariannehaverkamp@cruyffinstitute.org
M: +34 658 579 090

 [cruyffinstitute.international](https://www.facebook.com/cruyffinstitute.international)

 [@JohanCruyffInstitute](https://www.instagram.com/JohanCruyffInstitute)

 [@CruyffInstitute](https://twitter.com/CruyffInstitute)

 [Johan Cruyff Institute](https://www.linkedin.com/company/johan-cruyff-institute)

 [Johan Cruyff Institute](https://www.youtube.com/channel/UC...)

www.johancruyffinstitute.com

Johan Cruyff Institute is a member of the North American Society for Sport Management (NASSM), the European Association for Sport Management (EASM), the Catalan Sports Cluster (INDESCAT) and the initiative for higher education institutions, supported by the United Nations (PRME).

PRME Principles for Responsible
Management Education



WWW.JOHANCRUYFF.COM