

# BACHELOR IN MEDIA EN ENTERTAINMENT BUSINESS

KATHOLIEKE HOGESCHOOL VIVES ZUID

TOETS NIEUWE OPLEIDING OP MAAT VAN DE EIGEN REGIE •  
BEOORDELINGSRAPPORT

*3 DECEMBER 2021*





## Inhoud

1	Abstract .....	5
2	Rapportage van het onderzoek van de commissie .....	6
3	Oordeel .....	10
	Bijlage 1: Administratieve gegevens van de instelling en de opleiding.....	12
	Bijlage 2: Opleidingsspecifieke leerresultaten .....	13
	Bijlage 3: Samenstelling van de commissie .....	14
	Bijlage 4: Programma voor de dialoog met de opleiding.....	15
	Bijlage 5: Verantwoording.....	16
	Bijlage 6: Overzicht van het bestudeerde materiaal .....	17



## 1 Abstract

**Positief:** de potentiële kwaliteit van de nieuwe opleiding als geheel is voldoende.

De commissie spreekt haar vertrouwen uit in de opleiding *Bachelor in media en entertainment business* bij Katholieke Hogeschool Vives Zuid.

Het programma is mooi uitgewerkt, de leerlijnen zijn helder en de opbouw is goed doordacht. De inbedding in het bredere raamwerk van Vives waarborgt de kwaliteitsbewaking en koppelt die aan goed werkende studentenvoorzieningen en een vlot aanspreekbaar docententeam.

De commissie had vooral vragen bij de profilering van de opleiding en de mogelijke impact daarvan op de keuzes voor programma, leervormen, docenten, toetsing en communicatie. Deze profilering maakt het inlossen van de gestelde ambities moeilijk. Tijdens de gesprekken met kernteam, docenten, studenten en werkveld kon deze profilering niettemin uitgeklaard worden.

De commissie kijkt uit naar een verdere concretisering van het kwalitatieve toetsbeleid van de Vives Hogeschool voor deze specifieke opleiding, met voldoende aandacht voor geïntegreerd toetsen. De commissie vertrouwt erop dat de opleidingscommissie en coach hierin hun rol zullen spelen bij de uitbouw van de opleiding. Ook de duidelijke keuze voor activerende en innovatieve werkvormen in de daarvoor beschikbare infrastructuur geeft vertrouwen.

Enige onduidelijkheid blijft daarnaast bestaan bij de visie rond businessdenken in het kader van contentcreatie. Ontwikkelen van businessconcepten wordt naar voren geschoven als pijler van de opleiding maar dat luik wordt in het informatiedossier slechts beperkt uitgewerkt. Tijdens de gesprekken met het kernteam werd hierover wel meer duidelijkheid geboden.

Voor de start van de opleiding verwacht de commissie een verdere operationalisering van de domeinspecifieke leerresultaten naar concrete lesinhouden, toetsing en evaluatie.

## 2 Rapportage van het onderzoek van de commissie

De commissie toetste de opleiding *Bachelor in media en entertainment business* van Katholieke Hogeschool Vives Zuid. De opleiding wil duidelijk inzetten op het 'business' aspect van media en entertainment.

Daarbij gaat naast content productie ook uitdrukkelijk aandacht naar het ontwikkelen van businessmodellen die voor de in de regio aanwezige kmo's haalbaar zijn. De nieuwe bachelor wil op een multidisciplinaire wijze de medewerkers opleiden die deze media en entertainment activiteiten gaan coördineren, ontwikkelen en opvolgen.

Op basis van het ingezonden informatiedossier kon de commissie zich een goed beeld vormen van de visie, het beoogde niveau en het programma waarmee de opleiding dit wil bereiken. Het informatiedossier vertrekt van een beargumenteerde visie over de nood van de opleiding bachelor in media en entertainment business. Om deze argumentatie te onderbouwen worden pertinente vragen gesteld over doelgroep, aanpak, toetsing en de noden van het werkveld.

Door de focus te leggen op de wijze waarop bedrijven media en entertainment kunnen inzetten binnen hun communicatie- en bedrijfsstrategieën, profileert de opleiding zich anders dan reeds bestaande, gelijkaardige opleidingen.

Om te komen tot het beoogde eindniveau wordt een grondige mapping van indicatoren voorgelegd. Door afstemming met een expertgroep uit de beroepswereld en nadruk op internationale samenwerkingen, wil de opleiding studenten afleveren die meteen inzetbaar zijn.

Tijdens het overleg met kernteam, docenten, studenten en werkveld kon de commissie onduidelijkheden en vragen ophelderen. Een viertal hoofdthema's vormden daarbij de rode draad:

- **Opleidingsvisie/Profilering.** Mikt de bachelor eerder op vlot inzetbare contentmarketeers dan wel op ontwikkelaars van media en entertainment concepten en businessmodellen?
- **Integratie** van de opleiding. Hoe evolueren we van leerdoelen over curriculum naar een totaalbeeld na toetsing?
- **Operationalisering.** Hoe brengen we de bestaande visie tot een goed resultaat, ingebed in de Vives portfolio met voldoende aandacht voor professionaliseren en samenwerken van docenten?
- Aansluiten bij het **werkveld.** Concretisering van de doelgroep en het beeld van het uiteindelijke beroep. Hoe ga je opleiden tot hybride professional marketeer/producer?

## 2.1 Profilering

### **Doelgroep en werkveld**

Een kernvraag van de commissie bij het doornemen van het informatiedossier was de precieze profilering van de opleiding en de impact daarvan op het leerdoel en de verbonden lessen en toetsing. De opleiding profileert zich intentioneel anders dan een gelijkaardige opleiding in een andere provincie. Er wordt niet zozeer ingezet op eindklanten bij productiehuisen en mediabedrijven, dan wel op mediaexperts voor het algemene bedrijfsleven.

### **Diffuus profiel**

Hoewel deze keuze legitiem is, valt op dat de uitwerking van de opleiding daar niet specifiek op gericht blijkt te zijn. Het studieprofiel is vrij algemeen en kan de beoogde inbedding in het kmo bedrijfsleven niet helder aanbrengen. Zo wordt ook de visie dat de afgestudeerden zullen bijdragen tot nieuwe businessmodellen voor het bedrijfsleven niet duidelijk uitgewerkt in doelen noch programma.

De opleiding is uiteraard nieuw en kan nog weinig resultaten tonen, maar de commissie toont zich bezorgd dat het niet scherp staan van de visie, doelgroep en leeruitkomsten de opleiding wel de nodige ambitie, maar niet de vereiste helderheid tot aanpakken verleent.

### **Creativiteit versus businessmodellen**

Zowel werkveld als studenten (en in zekere mate ook docenten) lijken de opleiding toch vooral te zien als een creatieve dan wel een businessgerichte opleiding. Het valt zo moeilijker te beoordelen of het docententeam de opleiding op het gewenste niveau kan geven. De profielen van de beschikbare docenten zijn zeker goed, maar sluiten op het eerste zicht niet optimaal aan bij het beoogde doel.

Wil de opleiding *bachelor in media en entertainment business* de studenten vooral content leren maken, dan volstaan de voorgestelde docenten. Wordt meer ingezet op ontwikkeling businessmodellen rond entertainment en zakelijke ondersteuning van bedrijven, dan zullen ook andere docenten nodig zijn.

Een bedenking daarbij is dat, indien de nadruk ligt op productie van content, de opleiding zich niet meer scherp profileert tegenover de aangehaalde andere opleidingen. Terwijl dat net een van de opvallende uitgangspunten van het dossier is.

### **Keuzes consequent doortrekken**

Er kan volgens de commissie dus best verder gewerkt worden om het profiel en profilering van de opleiding scherper te krijgen en daarbij aansluitende duidelijke keuzes te maken. Wil de nieuwe bachelor studenten opleiden om media en entertainment binnen te brengen bij bedrijven (zonder beroep te doen op een extern mediabureau) dan moet dat ook duidelijker in het programma behandeld worden. Dit staat wel in de leerdoelen vermeld, maar in gesprekken en in te kijken materialen wordt niet gesproken over de businesskant van een eigen cel media en entertainment binnen bedrijven.

Dit valt ook op in de gemaakte video voor de opleiding. Daar wordt duidelijk gekozen voor grote internationale bedrijven en productiehuisen in plaats van de beoogde kleinere Vlaamse bedrijven met nood aan content. De video zal zeker studenten aanspreken, maar toont opnieuw de onduidelijke profilering en ambivalente keuzes van het dossier.

### **Antwoord op een bestaande nood**

Tijdens de gesprekken met het werkveld wordt bevestigd dat een Media & Entertainment opleiding in West-Vlaanderen zeker nuttig zou zijn. De regionale verankering van de Vives Hogeschool, maar zeker ook van bedrijven en de afgestudeerden die er zullen gaan werken,

versterken de commissie in de overtuiging dat een contentmarketingopleiding in West-Vlaanderen inspeelt op een bestaande vraag.

### **Goed inzetbare profielen**

De beoogde mix tussen meer strategisch inzicht en een uitvoerende capaciteit zou nuttig zijn. In lijn met DLR 2 leert de Bachelor om kwalitatieve media- en entertainmentconcepten uit te werken, rekening houdend met doelgroep, (innovatieve) technologische mogelijkheden en budget.

Zeker voor het productionele (maken van content en uitwerken van visuele vormgeving) is de vraag groot. Kleinere bedrijven met een beperkte marketingafdeling missen vaak een grafisch profiel die dit op zich kan nemen. DLR 3 pakt dit aan door het leren beheersen van tools voor visuele, audio, of grafische uitwerking en kennis van web- en mobile productie.

Aansluitend bij de regionale noden die hierboven werden aangehaald, blijft West-Vlaanderen een kmo-landschap bij uitstek. Ook de gepubliceerde vacatures (nationaal – bv. via Mediarte) onderstrepen de nood aan medewerkers die kunnen helpen om het productionele aspect van media en entertainment op zich te nemen.

Maar een overgang naar een mix van productie én creatieve input is volgens het werkveld al merkbaar. Bedrijven moeten content ook brengen op een visuele manier en zoeken cross-mediaal gevormde profielen die dit alles kunnen verbinden en opvolgen. In DLR 4 onderbouwt de opleiding dit door inzet op marktonderzoek als basis voor een doelgroep analyse en customer journey mapping, met daaruit volgende strategieën en concepten voor marketing, communicatie, media en entertainment.

## **2.2 Integratie en operationalisering**

Steunend op de algemene visie van de Vives Hogeschool en de goed uitgewerkte onderwijsstructuur, komt de nieuwe opleiding *bachelor in media en entertainment business* terecht in een degelijk en bewezen kader.

### **Activerend onderwijs dat lokale overstijgt**

De commissie apprecieert de doorvertaling van de didactische visie van Vives met nadruk op activerend onderwijs. Door de nauwe connectie met het werkveld wordt aandacht besteed aan onderzoekend leren en verweven van de onderwijsinhoud met beroepspraktijk. De internationale gerichtheid van de hogeschool zorgt voor een aftoetsing die het lokale vlak overstijgt.

Tijdens de rondleiding op de campus kreeg de commissie een demo van de modern uitgerust medialokalen. Deze zijn voorzien van alle benodigdheden om studenten te leren werken met verschillende mediavormen die ze in hun toekomstige werkomgeving moeten kunnen gebruiken.

Ook zorgt het laagdrempelig contact met docenten en de toegankelijke studentenvoorzieningen en -begeleiding voor een goede basis voor kwalitatief onderwijs. Het personeel krijgt door het beleid van evaluatie en professionalisering een houvast in hun functioneren. Hoewel goed ingebed in de hogeschool, kon de verdere professionalisering van de docenten uitvoeriger beschreven worden voor deze specifieke opleiding.

### **Expertise binnen de opleiding**

Met de keuze en ondersteuning van het personeel staat of valt een opleiding. Tijdens de gesprekken geeft de instelling aan dat het bestaande korps al veel expertise heeft en het vinden van aanvullende docenten wordt uitgesteld tot de opleiding van start kan gaan. De commissie heeft hier begrip voor, maar geeft mee dat vinden en vooral aantrekken van docenten met de nodige technische expertise in mediacreatie niet mag onderschat worden.



### **Brede business skills**

Uit het gesprek met vertegenwoordigers van het werkveld kristalliseert zich ook de nood aan stimulatie van het ondernemerschap. Het gevoel is dat deze vaardigheid te weinig wordt geactiveerd in bestaande creatieve opleidingen. Veel afgestudeerden zullen terecht komen in kleine bedrijfsstructuren of in een eigen vennootschap van minder dan 5 werknemers.

Kunnen omgaan met contracten, business development, IP rechten, vermarkten van content en dergelijke wordt dan belangrijk. Om creativiteit te koppelen aan commerce is een goede marketing achtergrond zeker een plus. Brede profielen (met een degelijke taalkennis) worden door het werkveld verkozen boven specialisten in een vorm van media.

### **Integratie van werkvormen**

Bij het doornemen van de documentatie raakte de commissie geïntrigeerd door de diverse vermelde moderne werkvormen zoals student company, bootcamps, seminarieweken, lesdagen in bedrijven en aftoetsing via Rubrics methodiek, self-assessment card en reflectierapporten. De vraag daarbij blijft hoe al deze vormen precies op elkaar afgestemd zullen worden om tot het beoogde eindresultaat te komen.

Om een vinger aan de pols van de bedrijfswereld te houden, wil de opleiding over de drie jaar zo praktijkgericht mogelijk toewerken naar de bachelorproef. In het eerste jaar kunnen studenten tijdens een kortere kijkstage al ervaring opdoen in een organisatie. Tijdens het tweede jaar testen ze onder begeleiding van de docenten binnen het Vives leerbedrijf zelf veilig concepten uit in zogenaamde student companies. Tijdens een langere stage in het derde jaar gaan de studenten zelf aan de slag binnen bedrijven om zo het “echte leven” in het werkveld te proeven. Deze opgedane ervaring en/of de voorbereiding voor een eigen onderneming nemen ze mee in hun bachelorproef. Een goede begeleiding bij de keuze van deze stageplekken zal van groot belang zijn.

### **Assessment en toetsing**

Uit gesprekken met de studenten blijkt dat de studenten tevreden zijn over de manier van evalueren. De keuze van toetsing sluit aan bij de manier van lesgeven en de ontvangen feedback is duidelijk en bruikbaar. Sommige evaluatievormen als self-assessment bestaan wel, maar worden nog niet volop gebruikt. Bij navraag bij docententeam leert de commissie dat deze vormen nog nieuw zijn en slechts sporadisch gebruikt werden het voorbije jaar.

De integratie tussen de domein-specifieke leerlijnen en vooral de opleidingsbrede toetsing daarvan blijft voor de commissie een aandachtspunt. Hoewel Vives een goede didactische visie en uitbouw heeft, moet er voldoende aandacht besteed worden aan het afstemmen van werkvormen en toetsing over de vakken heen en het doelmatig toepassen van assessmentvormen in de nieuwe opleiding. De nadruk van de opleiding op portfolio en creatie van content kan via praktijktoetsing ondersteund worden.

### **Afstemming op regionale behoeftes**

Uit de gesprekken met het werkveld over de snel veranderende markt en technologische mogelijkheden wordt duidelijk dat er een markt is voor de opleiding *bachelor in media en entertainment business*. Cijfers uit Nederland, waar soortgelijke opleidingen al langer lopen bevestigen dit. Verder zorgt het bewezen beleid inzake kwaliteitszorg van Vives voor vertrouwen in de kwaliteit van afstuderende studenten.

Ook de gerichtheid op de regio van de opleiding is een pluspunt. West-Vlaanderen heeft momenteel nog geen gelijkaardige opleiding terwijl de grote hoeveelheid aan kmo's in de regio wel een dankbare ontvanger zou zijn van de bachelors.

### 3 Oordeel

**Positief:** de potentiële kwaliteit van de nieuwe opleiding als geheel is voldoende.

De commissie spreekt zijn vertrouwen uit in de opleiding *bachelor in media en entertainment business* bij Vives Zuid. De opleiding richt zich op een bestaande nood en werkt daarvoor een onderbouwd programma uit met duidelijke leerlijnen binnen een goed werkend opleidingsinstituut.

Het programma is mooi uitgebouwd, de leerlijnen zijn helder en de opbouw is goed doordacht. Er is duidelijk gewerkt vanuit een op het werkveld gerichte doelmatigheid. Deze toont zich niet enkel in het afstemmen met vertegenwoordigers uit dat werkveld, maar ook in de keuze voor activerende les-, werk- en toetsvormen die de studenten klaar willen voor een rollende start in hun toekomstige werkomgeving.

Ook het ondersteunen van ondernemerschap – zij het in een zelfstandig kader, dan wel binnen een business unit in een bestaand bedrijf – is een pluspunt.

De inbedding in het bredere raamwerk van Vives waarborgt de kwaliteitsbewaking en koppelt die aan goed werkende studentenvoorzieningen en een vlot aanspreekbaar docententeam.

De grootste onduidelijkheid voor de commissie bleef de profilering van de opleiding en de mogelijke impact daarvan op keuzes voor programma, leervormen, docenten, toetsing en communicatie.

Op zich zijn de doelen en de uitwerking daarvan wel duidelijk voor de betrokkenen, maar door de beschreven ambigue profilering van het informatiedossier wordt het inlossen van de gestelde ambities moeilijker. Tijdens de gesprekken met kernteam, docenten, studenten en werkveld kon deze profilering grotendeels uitgeklaard worden.

Om de opleiding tot een helder concept te krijgen verdienen de volgende punten de nodige aandacht.

Als basis is er nood aan een duidelijker visie op het exacte profiel van de opleiding en daarmee dus ook de profilering en marketing van de opleiding naar studenten. Een coherent verhaal dat vertrekt vanuit de nood aan en de inzet van afgestudeerden van de Bachelor in de Media & Entertainment Business in hun toekomstige werkomgeving.

Ook dient scherper uitgeschreven te worden wat precies de visie is rond het als kernidee meegenomen concept van business denken in het kader van content creatie. Levert de opleiding creators voor de contentmarketing van bedrijven, dan wel ontwikkelaars van business modellen die noden van bedrijven vertalen naar briefings van interne of externe producers? Wil de opleiding zijn belofte waarmaken, dan dient de nodige aandacht te gaan naar het business luik.

Inzake de noden binnen het docentenkorps blijken er nog onduidelijkheid te bestaan. De bacheloropleiding verwacht met een minimale aanwerving alle vormingsonderdelen op punt te krijgen. Een opleiding in ontwerp is een dynamisch geheel met een gaandeweg verder ontwikkelend inzicht, maar tijdens de herhaalde vragen rond noodzakelijke profielen voor de opleiding bleek hier nog geen uitgewerkte visie op te zijn.

Daarbij aansluitend verwacht de commissie een verdere operationalisering van de domeinspecifieke leerresultaten naar concrete lesinhouden, toetsing en evaluatie. Het aanvoelen van de commissie was dat de samenhang van de opleiding momenteel vooral steunt op een beperkt aantal medewerkers, wat een zeker risico inhoudt. Een

operationalisering van de bestaande visie naar een inzichtelijke en uitgeschreven structuur zou hieraan tegemoet komen.

De opleiding zou ook baat hebben van een duidelijker afgelijnd en geïntegreerd toetsingsbeleid om de kwaliteit van de opleiding te waarborgen en duidelijke lijnen te trekken in de veelheid aan lesvormen en assessments. Dit kan door een verdere afstemming tussen de beoogde leerdoelen, de evaluaties en de onderwijsactiviteiten. De commissie vertrouwt er evenwel op dat de opleidingscommissie en coach hier hun rol in zullen spelen bij het verder uitbouwen van de opleiding.

## Bijlage 1: Administratieve gegevens van de instelling en de opleiding

Instelling	Katholieke Hogeschool VIVES Zuid vzw
Naam opleiding	Bachelor in media en entertainment business
Niveau en oriëntatie	Professioneel gerichte bachelor – niveau 6 Vlaamse kwalificatiestructuur
(Bijkomende) titel	-
Afstudeerrichtingen	-
opleidingstrajecten voor werkstudenten, voltijds/deeltijds trajecten, dag-/avondonderwijs, onderscheiden vormen van diplomering	-
De vestiging(en) waar de opleiding wordt aangeboden	Kortrijk
Onderwijstaal	Nederlands
Studieomvang (in studiepunten)	180 studiepunten
(Delen van) studiegebied(en)	Handelswetenschappen en bedrijfskunde (HWB)
Aansluitingsmogelijkheden en vervolgopleidingen	<p>Bacheloropleidingen met bijkomende voorwaarden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bachelor na bachelor International Management;</li> <li>• bachelor na bachelor toegepaste audiovisuele communicatie</li> </ul> <p>Masteropleidingen met bijkomende voorwaarden bedoeld in Artikel II. 183:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• master in de handelswetenschappen;</li> <li>• master in de communicatiewetenschappen</li> </ul>

## Bijlage 2: Opleidings specifieke leerresultaten

*De opleiding neemt de domeinspecifieke leerresultaten over en stelt die gelijk aan de opleidingsspecifieke leerresultaten. De specifieke profilering van de opleiding ligt in de uitgewerkte gedragsindicatoren.*

1. De PBA (Professionele Bachelor) heeft een grondige kennis van concept, product en bedrijfsontwikkeling en houdt deze, vanuit een bewustzijn van de complexiteit binnen een snel evoluerende sector, up-to-date. Hij speelt op ondernemende en proactieve wijze in op nieuwe ontwikkelingen.
2. Binnen het brede spectrum aan mediaproducten en -diensten kan de PBA kwalitatieve media en entertainmentconcepten vormgeven en ontwikkelen rekening houdend met verschillende factoren, waaronder een doelgroeponderzoek en het gebruik van nieuwe (digitale) technologieën.
3. De PBA beheerst de technische basisvaardigheden voor een mediaproductie.
4. De PBA kan een (media en entertainment) concept, product of dienst op de markt brengen, gebaseerd op een marktonderzoek.
5. De PBA kan een volledig en haalbaar businessplan voor een mediaproduct ontwikkelen en een financiële analyse maken die voldoet aan bedrijfseconomische basisprincipes en hierover verantwoording afleggen.
6. De PBA neemt een coördinerende functie op in het uitvoeren en opvolgen van projecten en in het managen van contacten met verschillende disciplines en medewerkers. Hij functioneert hierbij op zelfstandige, teamgerichte en ondernemende wijze.
7. De PBA kent de media- en entertainmentsector en wendt zijn kennis aan om doelgericht en strategisch advies te vragen en te geven.
8. De PBA beheerst de voornaamste communicatievormen en -technieken in de sector en gebruikt deze doel- en doelgroepgericht, zowel mondeling als schriftelijk, in het Nederlands en Engels.
9. De PBA is nieuwsgierig en creatief ingesteld, heeft een attitude van duurzame beroepsontwikkeling, en reflecteert kritisch over het eigen professioneel handelen in relatie tot beroepsspecifieke ethische en maatschappelijke vragen.

### Bijlage 3: Samenstelling van de commissie

De beoordeling is gebeurd door een commissie van deskundigen aangesteld en getraind door de NVAO. Deze is als volgt samengesteld:

- **Patrick Bemelmans** (voorzitter) Academy Director, Academy of Communication and Creative Business
- **Tammy Schellens** (commissielid) hoofddocent vakgroep onderwijskunde UGent
- **Phillipe van Meerbeek** (commissielid) creative coach & consultant audiovisual projects
- **Eva Hoogland** (student-commissielid ) student journalistiek Windesheim.

De commissie werd bijgestaan door:

- **Lien Beyls** (procescoördinator) beleidsmedewerker NVAO.
- **Jeroen Thibaut** (extern secretaris)

Alle commissieleden hebben de deontologische code van de NVAO ondertekend.

## Bijlage 4: Programma voor de dialoog met de opleiding

- Maandag **18 oktober 2021** 13:00 – 15:00 uur  
Kennismakingsmoment, eerste indrukken & voorbereidende vergadering commissie – online
- Woensdag **20 oktober 2021** 17:30 uur  
Vorbereidende vergadering commissie met aansluitend diner
- Donderdag **21 oktober 2021** 09:00 – 17:30 uur  
Locatiebezoek – Katholieke Hogeschool VIVES Zuid – Campus Kortrijk
  - 9.00-10.00
    - Verwelkoming commissie, kennisname studiemateriaal.
  - 10.00-11.00
    - Inleidend gesprek met het instellingsbestuur en opleidingsverantwoordelijken over de visie, de keuzes en het toekomstperspectief van de opleiding.
    - Studiegebied directeur Handelswetenschappen en bedrijfskunde, adjunct onderwijsorganisatie, leden kernteam, onderwijscoach, coördinator kwaliteitszorg, strategisch adviseur en directeur marketing
  - 11:00-11:30
    - Intern overleg commissie
  - 11:30-12:15
    - Gesprek met studenten
    - Studenten BA Bedrijfsmanagement - Digital Business Management 3e jaar, BA Bedrijfsmanagement - Eventmanagement afgestudeerd met mediaproject in AJ 20-21, BA Bedrijfsmanagement - Eventmanagement 2e jaar, BA Bedrijfsmanagement - Eventmanagement 3e jaar, BA Bedrijfsmanagement – Marketing- Marketingcommunicatie 3e jaar
  - 12:15-13:30
    - Lunch commissie + rondleiding op de campus
  - 13:30-14:30
    - Gesprek met (beoogde) docenten en onderwijsondersteuners
    - Docent IT, webdesign, begeleider Practice Enterprises in opleiding BA Toegepaste informatica, Docent media, Coördinator leerlijn emerging technologies, Coördinator Global Engagement Office, Onderwijs technoloog en docent InDesign, Studietrajectbegeleider en docent talen, Docent marketing en communicatie, Docent eventmanagement, begeleider stage en bachelorproef en business coach
  - 14:30-15:00
    - Intern overleg commissie
  - 15:00-15:45
    - Gesprek met vertegenwoordigers van het werkveld
    - Studio 100, Mediarte , Bruzz, Provincie West-Vlaanderen, ACD, Linum
  - 15:45-16:00
    - Inloopmoment
    - Opleidingsverantwoordelijken en docenten
  - 16:00-16:15
    - Terugblik
    - Kernteam van de opleiding: Studiegebied directeur Handelswetenschappen en bedrijfskunde, Adjunct onderwijsorganisatie, Onderwijscoach, Coördinator kwaliteitszorg en leden kernteam
  - 16:15-17:30
    - Besloten overleg

## Bijlage 5: Verantwoording

De beoordeling werd uitgevoerd aan de hand van het *“Beoordelingskader Toets Nieuwe Opleiding op maat van de eigen regie”* van juni 2020, zoals bekrachtigd door de Vlaamse regering op 27 november 2020.

Nadat de aanvraag ingediend door de instelling ontvankelijk werd verklaard, heeft de NVAO een commissie samengesteld; de opleiding (instelling) werd hierbij betrokken. Deze commissie werd goedgekeurd door het dagelijks bestuur van de NVAO. De instelling tekende geen bezwaar aan tegen de commissie.

De commissie heeft zich aan de hand van de door de opleiding verstrekte documenten op de beoordeling voorbereid. Voorafgaand aan een voorbereidend overleg heeft elk commissielid de eerste indrukken opgemaakt en werden prioritaire vragen opgesteld.

Tijdens de voorbereidende werkzaamheden heeft de commissie verder alle verkregen informatie besproken en heeft zij tevens de dialoog met de instelling en de opleiding voorbereid.

Aan de hand van NVAO's Waarderende Aanpak heeft de commissie zich tijdens de dialoog verder verdiept in de context van de opleiding en op basis daarvan een onderzoek gevoerd naar de potentiële kwaliteit van de opleiding.

Tijdens de afrondende werkzaamheden heeft de commissie alle verkregen informatie besproken en vertaald naar een holistisch oordeel. De commissie heeft dit eindoordeel in volledige onafhankelijkheid genomen.

Het totaal aan beschikbare gegevens is verwerkt tot een ontwerp van beoordelingsrapport. Eens alle commissieleden hadden ingestemd met de inhoud van het beoordelingsrapport, heeft de voorzitter van de commissie het beoordelingsrapport vastgesteld. Het door de voorzitter vastgestelde beoordelingsrapport werd aan de NVAO bezorgd.



## Bijlage 6: Overzicht van het bestudeerde materiaal

### *Informatiedossier opleiding*

- Informatiedossier opleiding

### *Verplichte bijlagen bij het informatiedossier*

- Domeinspecifieke leerresultaten
- De overeenkomstige opleiding(en) in het Vlaams hoger onderwijs
- Schematisch overzicht van het curriculum
- Inhoud beschrijving van de eerste 60 studiepunten
- Beschrijving van het personeel
- Overzicht van de contacten met het werkveld

### *Extra bijlagen bij het informatiedossier*

- Werkvormenmatrix
- Toetsmatrix
- Leerresultatenmatrix
- Indicatoren
- Curriculummapping MEB
- Competenties 21ste eeuw
- EntreComp
- Quicksan digitale competenties
- Toetsbeleid Vives
- Bachelorproef visietekst
- Selfassessmentcard
- In-, door-, uitstroombegeleiding
- Onderwijsbeleidsplan
- Kwaliteitszorg van een opleiding
- Ondersteuning docenten
- Protocol evaluatieregeling personeel
- Vacature MEB
- Visie global engagement 2030 Vives

### *Aanvullende informatie, dd. 11 oktober 2021*

- Toegang tot het elektronisch leerplatform Toledo

### *Documenten beschikbaar gesteld tijdens de dialoog*

- Selectie van studiemateriaal
- Selfassessmentcard
- ECTS-fiches



