

## **BEOORDELINGSRAPPORT**

Beperkte opleidingsbeoordeling

**Associate degree Commerciële Economie**  
voltijd

**Christelijke Hogeschool Windesheim**



# **BEOORDELINGSRAPPORT**

Beperkte opleidingsbeoordeling

**Associate degree Commerciële Economie**  
voltijd

**Christelijke Hogeschool Windesheim**

CROHO nr. 80103

Hobéon Certificering & Accreditatie

**Datum**

30 maart 2022

**Auditpanel**

De heer drs. P.W. (Pim) Fernig (voorzitter)

De heer ing. M.J.T. (Marcel) Muijs

Mevrouw J. (Jacintha) Bonsma-Haarlemmer M

Mevrouw S. (Suzet) van Gaalen (student-lid)

**Secretaris**

Mevrouw drs. S.K. (Sietske) IJtsma

## **INHOUDSOPGAVE**

<b>1.</b>	<b>BASISGEGEVENS</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>SAMENVATTING</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>INLEIDING</b>	<b>4</b>
<b>4.</b>	<b>OORDELEN OP HET NIVEAU VAN DE STANDAARDEN</b>	<b>6</b>
<b>5.</b>	<b>ALGEMEEN EINDOORDEEL</b>	<b>16</b>
<b>6.</b>	<b>AANBEVELINGEN</b>	<b>17</b>
BIJLAGE I	Scoretabel	18
BIJLAGE II	Programma, werkwijze en beslisregels	19
BIJLAGE III	Lijst geraadpleegde documenten	22
BIJLAGE IV	Panelsamenstelling	23

## 1. BASISGEGEVENS

NAAM INSTELLING	Christelijke Hogeschool Windesheim
status instelling	Bekostigd
resultaat instellingstoets kwaliteitszorg	Positief, besluit 13-02-2020
NAAM OPLEIDING (zoals in croho)	Ad Commerciële Economie
registratienummer croho	80103
domein/sector croho	Economie
oriëntatie opleiding	Hbo
niveau opleiding	Associate degree
graad en titel	Ad
aantal studiepunten	120
afstudeerrichtingen	Geen
locatie	Almere
variant	Voltijd
onderwijstaal	Nederlands
datum audit / opleidingsbeoordeling	20 januari 2022

## 2. SAMENVATTING

De Associate Degree (Ad) opleiding Commerciële Economie van de Windesheim in Almere beoogt studenten op te leiden die na het afstuderen een bijdrage leveren aan het vakgebied van de Commerciële Economie. Studenten kunnen na afloop van de opleiding op tactisch niveau acteren op een van de aangeboden uitstroomprofielen Sales & Accountmanagement of Crossmediale Marketing.

De Ad Commerciële Economie is naar het oordeel van het panel een degelijke opleiding. Het onderwijs en de examinering zijn zorgvuldig opgezet en dekken de leeruitkomsten van het actuele, landelijke opleidingsprofiel. Met de praktijkopdrachten waarbij studenten aan de slag gaan met reële opdrachten van bedrijven voor wie zij een actueel vraagstuk of actuele opdracht uitwerken, is een mooie verbinding met de praktijk gemaakt die studenten motiveert. Het panel is positief over het gerealiseerde niveau en het zorgvuldige beoordelingsproces van het afstuderen.

De opleiding staat stevig, maar het panel mist een vooruitziende blik: een visie op ontwikkelingen in het (regionale) beroepenveld en examinering. Het panel moedigt de opleiding aan om, nu de opleiding stevig staat, de ruimte te zoeken om de inhoudelijke eigenheid van de opleiding te verstevigen vanuit een concrete visie op het doel en de koers van de opleiding. Dat helpt om de opleiding niet alleen te profileren en positioneren op basis van het opleidingsniveau (Ad) en de gerichte aansluiting op de doelgroep, maar ook (en juist) vanuit een inhoudelijk sterk aanbod, en een stevige visie op onderwijs en de regionale kleuring.

### **Standaard 1. Beoogde leerresultaten**

Oordeel: het panel komt tot het oordeel 'voldoet'.

De geformuleerde leerresultaten zijn gebaseerd op het landelijk opleidingsprofiel. De leerresultaten zijn via het landelijk profiel gerelateerd aan het NLQF-raamwerk op niveau 5.

Het panel constateert dat de opleiding gefocust opleidt tot een beroep in het commerciële werkveld. Het panel ziet als verbeterpunt dat de oriëntatie op het regionale beroepenveld in de leeruitkomsten van de opleiding steviger naar voren kan worden gebracht.

Het panel geeft de opleiding ter overweging mee om de internationale oriëntatie te verstevigen door ze explicieter in de leeruitkomsten te verwerken. Nu worden internationale ontwikkelingen enkel gevolgd om actueel te blijven, maar studenten geven aan dat ze een internationale stage of inzicht in multinationals van toegevoegde waarde zouden vinden. Het panel realiseert zich echter ook dat in een tweejarige opleiding keuzes moeten worden gemaakt.

### **Standaard 2. Onderwijsleeromgeving**

Oordeel: het panel komt tot het oordeel 'voldoet'.

De opleiding heeft de leerresultaten vertaald naar een passend en dekkend, tweejarig opleidingsprogramma. De keuze om studenten in het tweede jaar te laten kiezen voor een profiel Sales & Accountmanagement of Crossmediale Marketing biedt hen de mogelijkheid te specialiseren. De opleiding heeft goed ingespeeld op de kenmerken en motivatie van de studentenpopulatie om voor de Ad te kiezen en een evenwichtige, praktijkgerichte opzet gerealiseerd. Dat ziet het panel terug in de geboden structuur, de praktijkgerichtheid, de begeleiding en de flexibiliteit.

De opleiding wordt verzorgd door een bevoegen en vakinhoudelijk deskundig team. Alle docenten zijn opgeleid op Masterniveau en hebben ervaring in de beroepspraktijk, waardoor zij theorie en praktijk kunnen koppelen in de lessen. Studenten waarderen dat, evenals de persoonlijke betrokkenheid en begeleiding van de docenten.

### **Standaard 3. Toetsing**

Oordeel: het panel komt tot het oordeel 'voldoet'.

Het panel constateert dat er een instellingsbreed, transparant en coherent toetsbeleid is waar de opleiding bij aansluit. De toetsing is valide. Het panel is te spreken over de praktijkgerichtheid ervan.

De uitvoering van de toetsing gebeurt zorgvuldig en betrouwbaar. De opleiding zet in op deskundigheid van docenten en beoordelaars, en kalibreert uitgebreid. Beoordelingen zijn navolgbaar. De toetsing, het toetsproces en de communicatie daarover zijn voor studenten transparant. Zij weten voorafgaand aan de toets waarop zij worden beoordeeld en begrijpen na afloop hoe het resultaat tot stand is gekomen.

De examencommissie vervult haar wettelijke taken. Samen met de toetscommissie heeft zij zicht op de kwaliteit van de toetsen en de uitvoering.

### **Standaard 4. Gerealiseerde leerresultaten**

Oordeel: het panel komt tot het oordeel 'voldoet'.

Het auditpanel constateert dat de studenten met de afstudeerproducten laten zien dat zij de beoogde leerresultaten hebben behaald en het Ad-niveau realiseren. Het afstuderen heeft met de tweedeling van advies en uitvoering daarvan een mooie, praktische invulling gekregen, passend bij de praktijkgerichtheid van de Ad. De beoordeling door de opleiding is navolgbaar en adequaat. De zorgvuldige en inhoudelijk gedegen wijze waarop het oordeel tot stand komt, valt het panel positief op.

Het werkveld is te spreken over de kwaliteit en het functioneren van de studenten en de alumni. De alumni vinden dat de opleiding voor hen een grote meerwaarde heeft en kansen biedt om een opleiding te volgen op hbo-niveau en op basis daarvan door te groeien binnen het onderwijs of aan de slag te gaan bij een werkgever.

### **Algemene conclusie:**

De Ad-opleiding Commerciële Economie voldoet volgens het panel op de vier onderzochte standaarden aan de basiskwaliteit. Op basis van de beslisseregels van de NVAO komt het panel tot een positief advies over de kwaliteit van de opleiding.

Na instemming van de panelleden is dit rapport vastgesteld door de voorzitter op 18 maart 2022.

### 3. INLEIDING

Dit beoordelingsrapport beschrijft de resultaten van de beperkte opleidingsbeoordeling van de opleiding Commerciële Economie aan de Christelijke Hogeschool Windeheim op de locatie in Almere. Deze Hogeschool biedt de opleiding aan als voltijd Associate degree (hierna Ad). De instelling heeft een positieve beoordeling voor de Instellingstoets Kwaliteitszorg behaald in februari 2020.

De beoordeling vond plaats binnen de clustergroep HBO Ad Commerce (eenmalig Uniek). Het auditpanel gebruikte voor deze beperkte beoordeling het beoordelingskader uit september 2018 van de Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie (NVAO). Het rapport beschrijft de bevindingen, overwegingen en conclusies van het panel over de vier beoordeelde standaarden: beoogde leerresultaten, onderwijsleeromgeving, toetsing en gerealiseerde leerresultaten.

#### **Karakteristiek van de opleiding**

De Ad-opleiding Commerciële Economie beoogt studenten op te leiden die na het afstuderen een bijdrage leveren aan het vakgebied van de Commerciële Economie. Studenten kunnen na afloop van de opleiding op tactisch niveau aan de slag op één van beide gebieden Sales en Accountmanagement of in de Crossmediale Marketing. Dat zijn de twee uitstroomprofielen die de opleiding aanbiedt.

De opleiding wordt verzorgd op de locatie in Almere. Het doel van een nevenlocatie van Hogeschool Windesheim op deze locatie was om het menselijk kapitaal te behouden voor de regio en te dienen als economisch vliegwiel. Het aanbod aan Ad-opleidingen komt tegemoet aan de groep mbo-studenten die de stap naar het hoger onderwijs moeilijk in één keer kan maken. Studenten bevestigen dat zij zonder deze Ad ofwel niet waren doorgestroomd naar het hoger onderwijs of zouden zijn uitgevallen na een negatieve ervaring in een bacheloropleiding: nu zijn zij (opnieuw) gestart in het hoger onderwijs met deze Ad-opleiding.

De opleiding maakt in de organisatiestructuur van Windesheim deel uit van de groep Business. Daaronder vallen ook de opleidingen Ad Ondernemen, Ad Commerciële Economie, Bachelor Commerciële Economie en Bachelor Communicatie. Studenten kunnen zonder vertraging doorstromen naar de bacheloropleiding Commerciële Economie van de Hogeschool. Een derde van de afgestudeerden maakt die overstap en is in de bacheloropleiding over het algemeen succesvol.

#### **Ontwikkelingen sinds de vorige accreditatie (Toets Nieuwe Opleiding, TNO)**

In april 2017 ontving de opleiding een positief advies op de TNO-aanvraag. In september van datzelfde jaar startte de opleiding met veertien studenten en alleen met het uitstroomprofiel Sales & Accountmanagement. Een jaar later kwam daar het uitstroomprofiel Crossmediale Marketing bij. De opleiding is nu gegroeid naar een instroom van ongeveer 65 studenten per jaar die in hun tweede jaar een keuze maken voor één van de twee uitstroomprofielen. De opleiding biedt daarmee een smal, maar diep profiel. Het profiel Crossmediale Marketing wordt het vaakst gekozen.

Aandachtspunten die tijdens de TNO zijn geconstateerd zijn door de opleiding opgepakt. Een voorbeeld daarvan is dat onlinemarketing in het programma is versterkt en dat er een passender toetsvorm is bedacht voor Engelse spreekvaardigheid en onderzoek, zodat het beter aansluit bij de leerdoelen.



## **Corona**

In verband met de corona-crisis waren er ten tijde van de audit van overheidswege restricties en waren er richtlijnen voor het bewaren van 1,5 meter afstand tot elkaar. In overleg tussen het auditpanel en de opleiding is besloten om de audit op locatie door te laten gaan. De opleiding had geschikte, grote ruimtes waar afstand kon worden gehouden. En waar nodig vanwege ziekte en/of quarantaineverplichting konden gesprekspartners via Teams aanwezig zijn. Dat was alleen bij het gesprek met alumni en vertegenwoordigers vanuit het werkveld aan de orde.

In haar brief d.d. 2 februari 2021 heeft de NVAO gevraagd om in de visitatierapporten aandacht te besteden aan de volgende elementen:

1. Hoe is het onderwijs in Coronatijd aangepast aan de veranderende omstandigheden. Welke maatregelen zijn genomen?
2. Is het onderwijs geheel of gedeeltelijk omgezet naar online onderwijs en wat betekent dat voor de kwaliteit van het onderwijs?
3. Hoe wordt toetsing in deze omstandigheden vormgegeven?
4. Hoe heeft de opleiding gemonitord wat de effecten van deze maatregelen zijn voor de kwaliteit van het onderwijs en de gerealiseerde leeruitkomsten en welke acties vloeiden daaruit voort?
5. Wat is het welbevinden van studenten en wat heeft de opleiding daarin betekend?

De informatie hierover is waar relevant verwerkt in het rapport, hoofdzakelijk bij standaard 2 en standaard 3

## 4. OORDELEN OP HET NIVEAU VAN DE STANDAARDEN

### 4.1. Beoogde leerresultaten

**Standaard 1: De beoogde leerresultaten passen bij het niveau en de oriëntatie van de opleiding en zijn afgestemd op de verwachtingen van het beroepenveld en het vakgebied en op internationale eisen.**

*Toelichting NVAO:* De beoogde leerresultaten beschrijven aantoonbaar het niveau (associate degree, bachelor of master) zoals gedefinieerd in het Nederlands kwalificatieraamwerk en de oriëntatie (hbo of wo) van de opleiding. Ze sluiten bovendien aan bij de actuele eisen die vanuit het regionale, het nationale en het internationale perspectief door het beroepenveld en het vakgebied worden gesteld aan de inhoud van de opleiding. Voor zover van toepassing zijn de beoogde leerresultaten tevens in overeenstemming met relevante wet- en regelgeving.

#### Bevindingen

##### *Commerciële Economie*

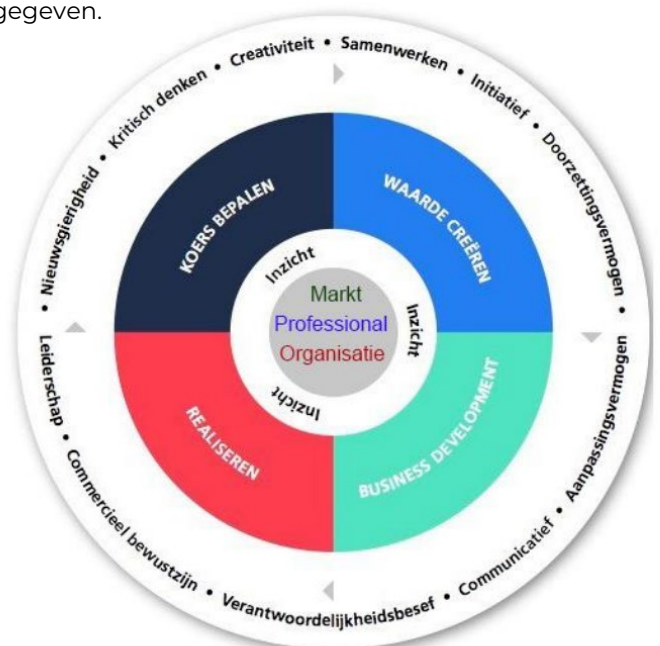
Het commerciële beroepenveld kenmerkt zich door een diversiteit aan taken en functies die betrekking hebben op onder meer (e-)marketing, sales, accountmanagement, marketingcommunicatie- en branding. Afgestudeerde Ad-studenten kunnen functioneren op tactisch niveau op functies zoals accountmanager, salesmedewerker, contentmarketeer en dergelijke. Het panel stelt vast dat de opleiding met de beoogde leerresultaten aansluit bij wat er nodig is voor het beroep, zoals hierna verder wordt toegelicht. Door de beroepsgerichte, praktische opleiding leidt zij professionals op die direct inzetbaar zijn in de praktijk.

##### *Leerresultaten*

De beoogde leerresultaten van de opleiding zijn gebaseerd op het actuele, landelijke opleidingsprofiel Ad Commerce (2021) en de daarin uitgewerkte leeruitkomsten. Via het landelijk opleidingsprofiel is ook verantwoord dat de leeropbrengsten zich verhouden tot NLQF-niveau 5 en de Dublin descriptoren. De leeropbrengsten sluiten eveneens aan bij de behoefte uit het landelijk beroepenveld dat bij de ontwikkeling van het profiel betrokken was. Het opleidingsprofiel is tot stand gekomen middels een samenwerking van alle bekostigde hogescholen die de opleiding aanbieden.

Er zijn zes leeropbrengsten geformuleerd voor de opleiding. In onderstaand figuur is de samenhang tussen deze leeropbrengsten weergegeven.

1. Inzicht
2. Koers bepalen
3. Waarde creëren
4. Business Development
5. Realiseren
6. Skills van de commercieel professional



Aansluitend bij het profiel zijn de leeropbrengsten in de opleidingsspecifieke informatie, waaronder in de onderwijs- en examenregeling als volgt toegelicht:

Het hart van het profiel is 'de markt, 'de organisatie' en de 'Ad-professional'. Het begrip 'inzicht' is de vertaling van de Dublin descriptor 'onderzoekend vermogen' in het Opleidingsprofiel Ad-Commerce. 'Inzicht' is te lezen als de duiding van 'de markt', 'de organisatie' en de 'Ad-professional' naar leeropbrengsten en skills én de terugvertaling van die leeropbrengsten naar 'de markt, 'de organisatie' en 'de Ad-professional'. Inzicht is ook inzicht in jezelf en heeft in die zin een relatie met de commerciële skills die in de buitenste schil zijn opgenomen. 'Inzicht' is de verbinding ertussen.	
Inzicht	Inzicht vormt de basis en is de verbinding tussen enerzijds de markt, de organisatie en de professional en anderzijds de leeropbrengsten en de skills. De Ad-er Commerce behoeft inzicht in de markt, de eigen organisatie en zichzelf om zijn werkzaamheden op niveau uit te voeren.
Koers bepalen	De Ad-er Commerce zet de commerciële tactische koers uit binnen een gegeven context en kader. Dit doet de Ad-er Commerce, op basis van de gegeven visie, missie en strategie van de organisatie, de kansen die hij in de markt ziet én het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. De Ad-er Commerce is in staat een aanpak met een team te ontwikkelen vanuit commercieel bewustzijn. Hij richt de blik naar buiten, ziet kansen in de markt en heeft oog voor het duurzaam concurrentievoordeel van de organisatie.
Waarde creëren	De Ad-er Commerce kan op basis van analyses vaststellen wat van duurzame waarde is voor klant, organisatie en maatschappij. Op basis van dit inzicht kan de Ad-er Commerce de commerciële koers van een organisatie zelfstandig of in teamverband uitvoeren met behulp van een door hem opgesteld actieplan.
Business Development	De Ad-er Commerce ontwikkelt in co-creatie met een kleine groep stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende ideeën op tactisch niveau en passend binnen de gegeven strategie (context en kader) van de organisatie. In de kern probeert de Ad-er Commerce (samen met anderen) de tactische doelen van de organisatie te bereiken door passende activiteiten te ontwikkelen en concrete oplossingen te implementeren voor één of meerdere stakeholders.
Realiseren	De Ad-er Commerce realiseert een duurzaam commercieel product/concept vanuit de gegeven koers op tactisch niveau, voor één of meerdere bestaande- en/of potentiële stakeholders. De Ad-er Commerce komt tot een oplossing op een creatieve manier waarbij de alternatieven getoetst en tegen elkaar afgewogen zijn. De Ad-er Commerce faciliteert en voert uit: hij implementeert de oplossing van een vraagstuk zelfstandig binnen gegeven kaders. Hierbij past de Ad-er Commerce de aangeleerde skills en kennis toe en hij toont doorzettingsvermogen.

De opleiding heeft via de zelfevaluatie en onderliggende opleidingsspecifieke documentatie voor het panel inzichtelijk gemaakt dat zij zich verhoudt tot het landelijk profiel. Daarbij kiest de opleiding voor een scherpe focus na het eerste studiejaar door studenten te laten specialiseren via de uitstroomprofielen Sales & Accountmanagement of in Crossmediale Marketing. Op deze manier zorgt de opleiding ervoor dat studenten na de opleiding goed aan de slag kunnen op de werkvloer. Ze noemt dit plug&play.

#### *Regionale oriëntatie*

Minder duidelijk vindt het panel de aansluiting op het regionale beroepenveld. Het panel constateert dat het regionale beroepenveld in de uitvoering van de opleiding nauw betrokken is, maar in de visie op de (ontwikkeling van de) opleiding en in het bepalen van de leeruitkomsten blijkt niet dat de opleiding de regionale situatie en verwachte ontwikkelingen in beeld heeft en daar bewust op inspeelt.

In de profilering van en de communicatie over de opleiding staat nu vooral het bevorderen van de bekendheid van de Ad centraal en de wijze waarop de opleiding aansluit bij de beoogde doelgroep. Het panel begrijpt dat deze keuze is gemaakt in de opstartfase van de opleiding,

maar beveelt aan om de profilering ook in te steken vanuit de inhoud van de opleiding en daarbij de regionale oriëntatie zichtbaar te maken. In het gesprek met de vertegenwoordigers uit het werkveld werd dit treffend als tip geformuleerd: *'Focus [in de communicatie] meer op de output van opleiding, want dat is de input voor bedrijven'*.

#### *Internationale oriëntatie*

De opleiding verhoudt zich tot het landelijk profiel en volgt de internationale ontwikkelingen, zodat hier op kan worden geacteerd als dat nodig is om de leeruitkomsten actueel te houden. Internationalisering is binnen de opleiding geen speerpunt. Gezien de korte duur van de opleiding vindt het panel dit een begrijpelijke keuze. Studenten en alumni geven echter (ongevraagd) aan, dat zij een internationale stage of meer aandacht voor sales en marketing in de context van multinationals interessant zouden vinden. Het panel geeft de opleiding ter overweging mee om de internationale oriëntatie van de opleiding te verstevigen, dan wel na te denken over de mogelijkheid om studenten die dit willen zich internationaal te kunnen verbreden, aansluitend bij het landelijk profiel waarin oog hebben voor de internationaal veranderende omgeving een onderdeel is.

#### **Weging en Oordeel**

Oordeel: het panel komt tot het oordeel 'voldoet'.

De geformuleerde leerresultaten zijn gebaseerd op het landelijk opleidingsprofiel. De leerresultaten zijn via het landelijk profiel gerelateerd aan het NLQF-raamwerk op niveau 5.

Het panel constateert dat de opleiding gefocust opleidt tot een beroep in het commerciële werkveld. Het panel ziet als verbeterpunt dat de oriëntatie op het regionale beroepenveld in de leeruitkomsten van de opleiding steviger naar voren kan worden gebracht.

Het panel geeft de opleiding ter overweging mee om de internationale oriëntatie te verstevigen door ze explicieter in de leeruitkomsten te verwerken. Nu worden internationale ontwikkelingen enkel gevolgd om actueel te blijven, maar studenten geven aan dat ze een internationale stage of inzicht in multinationals van toegevoegde waarde zouden vinden. Het panel realiseert zich echter ook dat in een tweejarige opleiding keuzes moeten worden gemaakt.

## 4.2. Onderwijsleeromgeving

### **Standaard 2: Het programma, de onderwijsleeromgeving en de kwaliteit van het docententeam maken het voor de instromende studenten mogelijk de beoogde leerresultaten te realiseren.**

**Toelichting NVAO:** De beoogde leerresultaten zijn adequaat vertaald in leerdoelen van (onderdelen van) het programma. Hierbij wordt rekening gehouden met de diversiteit van de toegelaten studenten. De docenten zijn zowel inhoudelijk als didactisch voldoende deskundig om de opleiding te verzorgen en geven

begeleiding. De onderwijsleeromgeving bevordert dat studenten op actieve wijze deelnemen aan de vormgeving van het eigen leerproces (*student-centred*).

Indien het onderwijs in een andere taal dan het Nederlands wordt verzorgd, motiveert de opleiding deze keuze. Dit geldt ook indien de opleiding een anderstalige opleidingsnaam hanteert. Docenten beschikken over voldoende beheersing van de taal waarin zij doceren. Voorzieningen worden niet beoordeeld, tenzij deze specifiek voor de betreffende opleiding zijn getroffen.

### **Bevindingen**

#### *Programma*

De opleiding heeft de beoogde leerresultaten uitgewerkt in een passend en dekkend programma. In een matrix heeft de opleiding de leeropbrengsten gekoppeld aan de modules, waardoor de relatie tussen de beoogde leerresultaten en het programma inzichtelijk is. Het programma heeft een duur van twee jaar en omvat 120 EC. Zoals in onderstaande tabel is samengevat, is het eerste jaar opgebouwd uit twee thema's. Studenten maken kennis met de onderwerpen marketing en sales. Voor het tweede jaar maken zij een keuze voor één van die twee onderwerpen en specialiseren zich daarin. De opleiding heeft daarmee twee uitstroomprofielen. Het tweede semester van het tweede jaar omvat voor beide uitstroomprofielen het afstuderen.

	<b>Semester 1</b>	<b>Semester 2</b>
<b>Jaar 1</b>	Marketing: de commerciële econoom	Sales: de accountmanager
<b>Jaar 2</b>	Specialisatie Crossmediale Marketing	Afstuderen
	OF	
	Specialisatie Sales & Accountmanagement	

De thema's in het eerste jaar en de specialisaties in het tweede jaar worden ondersteund door (theoretische) vakken waarin de benodigde kennis en vaardigheden aan bod komen. Ieder thema omvat in totaal 30 EC en bestaat uit meerdere vakken/modules die variëren in omvang van minimaal 2 tot maximaal 12 EC. Het programma kent een opbouw qua niveau en toenemende zelfstandigheid die ook door studenten wordt herkend en gewaardeerd.

Binnen de opleiding en de thema's wordt gewerkt met vier, voor het panel waarneembare leerlijnen: de conceptuele lijn, de vaardighedenlijn, de regielijn en de integrale leerlijn (of praktijkleerlijn). De conceptuele lijn en de vaardighedenlijn vormen samen de 'Body of Knowledge and Skills' (BoKS). De regielijn is gericht op de persoonlijke ontwikkeling van de student en betreft de onderwijseenheden studentbegeleiding (jaar 1) en persoonlijk leiderschap (jaar 2).

In elk semester staat een beroepsproduct centraal. In semester 1 van het eerste jaar is dat het opstellen van een marketingplan voor een centrale opdrachtgever. Voorbeelden van

opdrachtgevers van afgelopen jaren zijn Tony Chocolonely en Mc Donalds. In het tweede semester moeten de studenten zelf op zoek naar een opdrachtgever voor een Sales-vraagstuk. Het product is dan een salesplan als resultaat van kwalitatief onderzoek naar de doelgroep en een daarbij passend advies voor salesactiviteiten.

#### *Uitvoering*

De opleiding heeft de doelgroep en kenmerken van hun studenten goed in beeld en heeft daar haar opleiding op ingericht. 50 procent van de studenten stroomt in vanuit het mbo. Begeleiding, structuur en praktijkgerichtheid van de opleiding zijn voor hen de belangrijkste motivatie om voor een Ad te kiezen. Ruim 40 procent van de studenten werkt naast de opleiding en voor een deel van hen is dat ook financieel noodzakelijk. Dit studentbeeld is vertaald naar het didactisch concept waarin de benodigde structuur en intensieve begeleiding geboden worden. De kleinschaligheid van de opleiding versterkt die twee. Ze vormen volgens zowel studenten als docenten belangrijke succesfactoren van de opleiding.

Een uitgangspunt voor de opleiding is het principe *Learning by doing*. Daarmee wordt de praktijkgerichtheid van de opleiding sterk neergezet. Behalve de specifieke opdrachten die studenten uitvoeren in een reële praktijkcontext, blijkt dit ook uit de inzet van gastdocenten, de vaardigheidstrainingen en (kleine) opdrachten die studenten dwingen om de slag van theorie naar praktijk meteen te maken. Een voorbeeld dat de studenten gaven was een pitch die ze moeten houden over zichzelf in een bijzondere setting: de opleiding organiseert dit in een grote bioscoopzaal. Zij vonden dat een pittige en spannende opdracht: "*maar belangrijk voor sales om je te kunnen presenteren en het geeft een boost als het lukt!*"

In de modulehandleidingen is helder beschreven wat een module inhoudt, aan welke leerresultaten en doelen wordt gewerkt, door middel van welke werkvormen en hoe het wordt getoetst. In de module is het programma tevens in lesweken uitgewerkt. Ook hiermee biedt de opleiding haar studenten structuur. Studenten geven aan dat zij dit prettig vinden en nodig hebben.

Het programma wordt ingeroosterd op drie dagen per week. Overweging van de opleiding daarbij is dat de student in de overige vier dagen flexibel om kan gaan met studie, werk, ontspanning en soms zorgtaken. Het panel vroeg zich af of dit niet de gewenste structuur in de weg staat. In de praktijk blijkt dat niet het geval en zijn studenten blij met de ruimte die ze hebben om het studeren flexibel in te plannen. Zij geven bovendien aan dat de lestijd daardoor effectiever en meer gefocust wordt benut. Ook met de opdrachten die in groepsverband moeten worden uitgevoerd leidt dit niet tot fricties of problemen. Deze inrichting van de opleiding bevordert dat studenten actief vormgeven aan hun eigen leerproces.

#### *Docententeam*

Het panel heeft tijdens de visitatie gesprekken gevoerd met een enthousiast, bevlogen en vakinhoudelijk deskundig team. De opleiding heeft daarnaast in de documentatie verantwoord hoe het team is opgebouwd. Het kernteam bestaat uit zeven docenten. Aanvullend worden docenten ingezet van de Bacheloropleiding Commerciële Economie binnen de opleidingsgroep. Alle docenten hebben een Master afgerond. Het team heeft een diverse achtergrond en relevante kennis en expertise. Praktijkervaring is ruim aanwezig. Studenten geven dit ook aan in de diverse evaluaties en in het gesprek met het panel: docenten weten de theorie te koppelen aan voorbeelden en situaties uit hun (eigen) praktijk wat de lesstof levendig maakt. Daarnaast vinden de studenten hun de docenten betrokken en ervaren zij de geboden begeleiding zeer positief.

### *Onderwijsspecifieke voorzieningen*

De opleiding vraagt geen specifieke voorzieningen als het gaat om beroepsgerichte praktijkvakken. Studenten zijn wat wisselend tevreden over het gebouw, zo blijkt uit de evaluaties en de gesprekken. Kritische geluiden gaan vooral over het klimaat en de beperkte omvang van het gebouw. Studenten geven daarnaast aan dat zij het een verbetering zouden vinden als er meer (groeps)werkplekken zouden zijn. In 2025 verhuist de opleiding naar een nieuwe, grotere locatie wat deze punten naar verwachting zal oplossen.

### *Corona*

Uiteraard heeft corona ook effect gehad op de opleiding. Door de korte duur van de opleiding hebben studenten elkaar soms helemaal niet fysiek ontmoet. Hoewel studenten de fysieke lessen beter vinden, zijn zij echter te spreken over hoe het de docenten is gelukt om de opleiding zoveel en zo goed mogelijk door te laten gaan. Het team heeft daarbij ingezet op in contact blijven met studenten door individuele, online contactmomenten en 'samen-studeren' sessies. De opleiding kent een iets hoger uitvalpercentage dan de jaren daarvoor, maar al met al is dat met zo'n 15 à 18 procent nog steeds laag. Voor studenten die achterlopen is er dit jaar een 'tussenklas' gestart waar studenten vakken uit het eerste én tweede jaar aangeboden krijgen om vertraging te beperken. De kwaliteit en tevredenheid in deze periode worden zowel opleidingsspecifiek als instellingsbreed gemonitord.

### **Weging en Oordeel**

Oordeel: het panel komt tot het oordeel 'voldoet'.

De opleiding heeft de leerresultaten vertaald naar een passend en dekkend, tweejarig opleidingsprogramma. De keuze om studenten in het tweede jaar te laten kiezen voor een profiel Sales & Accountmanagement of Crossmediale Marketing biedt hen de mogelijkheid te specialiseren. De opleiding heeft goed ingespeeld op de kenmerken en motivatie van de studentenpopulatie om voor de Ad te kiezen en een evenwichtige, praktijkgerichte opzet gerealiseerd. Dat ziet het panel terug in de geboden structuur, de praktijkgerichtheid, de begeleiding en de flexibiliteit.

De opleiding wordt verzorgd door een bevlogen en vakinhoudelijk deskundig team. Alle docenten zijn opgeleid op Masterniveau en hebben ervaring in de beroepspraktijk, waardoor zij theorie en praktijk kunnen koppelen in de lessen. Studenten waarderen dat, evenals de persoonlijke betrokkenheid en begeleiding van de docenten.

### 4.3. Toetsing

**Standaard 3: De opleiding beschikt over een adequaat systeem van toetsing.**

*Toelichting NVAO:* De beoordeling is valide, betrouwbaar en voldoende onafhankelijk. De eisen zijn helder voor de studenten. De kwaliteit van de tentaminering en examinering wordt voldoende gewaarborgd en voldoet aan de wettelijke deugdelijkheidsvereisten. De toetsen ondersteunen het eigen leerproces van de student.

#### Bevindingen

##### *Betekenisvol toetsen*

Instellingsbreed is er toetsbeleid opgesteld. De uitgangspunten daarvan zijn voorschrijvend voor alle opleidingen. De toetsing moet bijdragen aan de volgende vijf doelen:

1. Toetsen vormen de basis voor onbetwiste diploma's en certificaten.
2. Toetsen dragen eraan bij dat studenten al in het eerste jaar een realistisch beeld krijgen van hun geschiktheid voor het beroep en de opleiding (selectieve functie).
3. Toetsing ondersteunt het leren door studenten en versterkt hun eigenaarschap.
4. Toetsing doet recht aan verschillen tussen studenten, draagt bij aan ontwikkeling van talenten en voorkomen van uitval.
5. Toetsing biedt inzicht om het onderwijs verder te verbeteren.

De opleiding heeft een toetsplan ontwikkeld dat aansluit bij deze vijf doelen en dat de beoogde leerresultaten dekt. Toetsing in het eerste jaar heeft hoofdzakelijk een selectiefunctie: de toetsing helpt om te bepalen of de student op de juiste plek zit en welke uitstroomvariant het beste past en/of de student het meest interesseert.

Om de hiervoor genoemde doelen te bereiken wordt een mix ingezet van formatieve en summatieve toetsen. Zo maakt de opleiding gebruik van schriftelijke toetsen, verslagen, assessments en vaardigheidsoopdrachten waarbij soms ook acteurs worden ingezet, zoals bij de module salesvaardigheden. Hiermee wordt bereikt dat niet alleen kennis en bekwaamheid worden vastgesteld, maar ook de ontwikkeling van de student in beeld wordt gebracht en op het proces feedback kan worden gegeven. Het panel stelt vast dat er een toetsmix wordt ingezet die passend is bij de opleiding en de leerdoelen. Het ondersteunt de student in het leren en ontwikkelproces tot en met het afstuderen. Studenten waarderen dat de modules worden afgerond met een reële opdracht van een opdrachtgever. Het feit dat het om een échte en dus betekenisvolle opdracht gaat is motiverend en heeft een groot leereffect. De beoordelingen en totstandkoming van het resultaat zijn voor hen navolgbaar.

Voor studenten is bij elke module duidelijk op welke manier de module wordt getoetst en beoordeeld. Dit is uitgewerkt in de modulehandleidingen die tijdig beschikbaar zijn, inclusief de beoordelingscriteria/rubrics. Het panel heeft diverse modulehandleidingen bekeken. De rubrics zijn zeer uitgebreid. Het beoordelen op een 5-puntschaal acht het panel behoorlijk (arbeids)intensief, omdat het zowel in de fase van ontwikkeling ervan als bij het toepassen veel afstemming vereist om tot een betrouwbaar oordeel te komen. Dat wordt door de opleiding onderkend: het vraagt veel kalibratie om het onderscheid helder en eenduidig te maken. De opleiding gaat hier zorgvuldig mee om, zo constateert het panel onder meer op basis van de toetsen en beoordelingen die zij heeft kunnen inzien.

##### *Transparantie en kwaliteitsborging*

De uitvoering van het toetsbeleid en de kwaliteitsborging ervan zijn verankerd in de organisatie c.q. binnen de opleiding. Om de onafhankelijkheid en kwaliteit van toetsing en examinering te bewaken en te borgen heeft de opleiding een examencommissie. De examencommissie is verantwoordelijk voor tien opleidingen verdeeld over drie opleidingsgroepen: Business,



Management en Law & Finance. De examencommissie BMLF Almere bestaat uit zes leden, waaronder een extern lid, en de ambtelijk secretaris. Voor de uitvoering van haar werkzaamheden maakt zij gebruik van een toetscommissie die de gemandateerde taak heeft om de kwaliteit van de toetsing te borgen. Uit de (jaar)verslaglegging en uit de gevoerde gesprekken blijkt dat de twee commissies complementair werken en de wettelijke taken van de examencommissie uitvoeren. De examencommissie heeft een goed beeld van de (kwaliteit van de) toetsing en van de afstudeerwerken van de opleiding.

De leden van de examen- en toetscommissie zijn allen BKE-gecertificeerd. De voorzitter van de examencommissie is SKE-gecertificeerd. Door de Hogeschool is vastgesteld dat alle examinatoren BKE-gecertificeerd moeten zijn. Vrijwel alle docenten van het team zijn BKE-gecertificeerd of volgen een opleiding daartoe en zijn dan inzetbaar als examinator. Bij het afstuderen wordt het meer-ogenbeleid toegepast. Ook aan de voorkant, bij het maken van het toetsontwerp, de toetsvragen en de beoordelingsformulieren/rubrics is het meeroogenbeleid van toepassing.

#### *Ontwikkelingen*

De opleiding heeft de toetsing en examinering, net als het onderwijs, adequaat ingericht en het wordt ook adequaat uitgevoerd. Binnen Windesheim, en ook daarbuiten, ziet de opleiding de ontwikkeling naar een inrichting van het onderwijs met grotere onderwijseenheden en bijbehorende toetsing. Het gaat behalve om grotere eenheden dan ook om flexibel toetsen en om programmatisch en leerwegonafhankelijk toetsen. De opleiding bereidt zich hierop voor. Het panel vraagt zich af of de opleiding zich er voldoende van bewust is, dat dit heel veel vraagt van het (opnieuw) in samenhang uitdenken van het onderwijs en de toetsing en raadt aan hiervoor intern en extern te gaan kijken hoe hier in het veld al ervaring mee is opgedaan, wat succes- en risicofactoren kunnen zijn en wat past bij de Ad-opleiding.

#### *Corona*

Gedurende de coronaperiode hebben de opleiding en de examencommissie ieder vanuit hun rol en verantwoordelijkheid pro-actief gehandeld: zonder concessies te doen aan de kwaliteit en betrouwbaarheid van de toetsing en examinering is gekeken naar mogelijkheden om toetsen door te laten gaan door ze online af te nemen of door toetsvormen aan te passen naar mondelinge toetsing (CGI). De inhoud van de toetsen en de beoordelingscriteria zijn ongewijzigd gebleven.

### **Weging en Oordeel**

Oordeel: het panel komt tot het oordeel 'voldoet'.

Het panel constateert dat er een instellingsbreed, transparant en coherent toetsbeleid is waar de opleiding bij aansluit. De toetsing is valide. Het panel is te spreken over de praktijkgerichtheid ervan.

De uitvoering van de toetsing gebeurt zorgvuldig en betrouwbaar. De opleiding zet in op deskundigheid van docenten en beoordelaars, en kalibreert uitgebreid. Beoordelingen zijn navolgbaar. De toetsing, het toetsproces en de communicatie daarover zijn voor studenten transparant. Zij weten voorafgaand aan de toets waarop zij worden beoordeeld en begrijpen na afloop hoe het resultaat tot stand is gekomen.

De examencommissie vervult haar wettelijke taken. Samen met de toetscommissie heeft zij zicht op de kwaliteit van de toetsen en de uitvoering.

## 4.4. Gerealiseerde leerresultaten

### **Standaard 4: De opleiding toont aan dat de beoogde leerresultaten zijn gerealiseerd.**

*Toelichting NVAO:* Het realiseren van de beoogde leerresultaten blijkt uit de uitkomsten van toetsen, de eindwerken en de wijze waarop afgestudeerden in de praktijk of in een vervolgopleiding functioneren.

### **Bevindingen**

#### *Het afstudeertraject*

Het laatste semester van de opleiding vormt het afstudeertraject voor de studenten. Voor beide uitstroomprofielen is de structuur daarvan hetzelfde en bestaat uit een A- en een B-deel. Elk onderdeel voert de student uit in 10 weken, dus in totaal 20 weken.

- Onderdeel A: studenten doen onderzoek en schrijven een advies voor een actuele sales- of marketinguitdaging.
- Onderdeel B: studenten voeren het eigen advies uit.

Studenten die Sales & Accountmanagement doen bezoeken als accountmanager klanten en genereren omzet voor de opdrachtgever. Studenten die uitstromen in Crossmediale Marketing voeren verschillende marketingcommunicatiecampagnes uit voor de doelgroep die ze onderzocht hebben.

De te beoordelen producten zijn een onderzoeksrapport (deel A) en een presentatie waarin de student reflecteert op de uitvoering van zijn advies en zijn eigen ontwikkeling (deel B). De presentatie vindt plaats in aanwezigheid van de opdrachtgever en de beoordelaars vanuit de opleiding. Beide onderdelen moeten met een voldoende worden afgerond.

Het panel vindt de combinatie van onderzoek doen, adviseren én het uitvoeren of implementeren daarvan een sterke en leerzame combinatie. Het onderzoekend en oplossend vermogen zoals passend voor de Ad heeft hierin een goede plek gekregen.

#### *Afstudeerniveau*

Het panel heeft van vijftien studenten eindwerken beoordeeld: tien van studenten Crossmediale Marketing en vijf van studenten Sales & Accountmanagement. Dat betrof zowel de beroepsproducten als de opnames van de presentaties voor onderdeel B. Bij de selectie is rekening gehouden met de verhouding tussen het aantal afgestudeerden in beide specialisaties en een verdeling over de jaren 2020 en 2021. Ook is rekening gehouden met een spreiding van de resultaten.

Zoals gezegd is het panel positief over de combinatie van het opstellen van een advies en het zelf uitvoeren ervan in de praktijk en daarop reflecteren. Het panel is het eens met de beoordelingen van de examinatoren. De beoordelingscriteria zijn passend en de beoordeling is inhoudelijk gedegen en navolgbaar vastgelegd. Het panel vindt de eindwerken passend bij het gekozen profiel en het werkveld waarvoor de opleiding opleidt: ze zijn vakinhoudelijk relevant en van voldoende niveau.

Als aandachtspunt geeft het panel mee dat de vraagstelling van de onderzoeken niet altijd even passend is bij het niveau van de opleiding en bij het product dat opgeleverd wordt. Structureel wordt bij de Sales & Accountmanagement afstudeerwerken bijvoorbeeld gesproken over een 'salesstrategie'. Dat is niet wat studenten opleveren, en past ook meer bij een Bacheloropleiding dan bij de Ad. De opleiding is zich hiervan bewust, en is bovendien breder aan het nadenken over een andere opzet van het afstuderen. Daarin kan het tweede aandachtspunt van het panel

wellicht worden meegenomen: hoewel de strakke opzet en structuur van het afstuderen voor de Ad-student prettig is, past deze niet altijd bij de vraag of opdracht die de student in de praktijk moet uitvoeren. Het zou de kwaliteit en creativiteit van de eindwerken wellicht ten goede komen als de vorm wat meer wordt losgelaten, evenals de strakke indeling in tijd en volgorde.

#### *Uitstroom en functioneren in de praktijk*

Ongeveer een derde van de Ad-studenten stroomt door naar de Bacheloropleiding Commerciële Economie op dezelfde locatie. Zij studeren hier over het algemeen succesvol verder. Twee derde van de studenten stroomt uit en gaat aan het werk. Bijna alle studenten blijven werken bij het bedrijf waar zij de eindopdracht voor de opleiding hebben uitgevoerd. Alumni geven aan dat zij het geleerde daarbij goed kunnen toepassen in de praktijk en dat ze waarschijnlijk waren uitgevallen in het hbo als de Ad-variant van de opleiding er niet was geweest.

#### **Weging en Oordeel**

Oordeel: het panel komt tot het oordeel 'voldoet'.

Het auditpanel constateert dat de studenten met de afstudeerproducten laten zien dat zij de beoogde leerresultaten hebben behaald en het Ad-niveau realiseren. Het afstuderen heeft met de tweedeling van advies en uitvoering daarvan een mooie, praktische invulling gekregen, passend bij de praktijkgerichtheid van de Ad. De beoordeling door de opleiding is navolgbaar en adequaat. De zorgvuldige en inhoudelijk gedegen wijze waarop het oordeel tot stand komt, valt het panel positief op.

Het werkveld is te spreken over de kwaliteit en het functioneren van de studenten en de alumni. De alumni vinden dat de opleiding voor hen een grote meerwaarde heeft en kansen biedt om een opleiding te volgen op hbo-niveau en op basis daarvan door te groeien binnen het onderwijs of aan de slag te gaan bij een werkgever.

## **5. ALGEMEEN EINDOORDEEL**

De Ad-opleiding Commerciële Economie van de Christelijke Hogeschool Windesheim voldoet volgens het panel op de vier onderzochte standaarden aan de basiskwaliteit. Op basis van de beslisregels van de NVAO komt het panel tot een positief advies over de kwaliteit van de opleiding.

## **6. AANBEVELINGEN**

Het panel beveelt de opleiding het volgende aan:

1. Zoek en benut de ruimte om de (inhoudelijke) eigenheid van de opleiding te verstevigen vanuit een concrete visie op waar de opleiding naartoe wil. Zorg daarbij dat in de uitwerking van de leeruitkomsten voor de opleiding de regionale oriëntatie zichtbaar is.
2. Het regionale werkveld is reeds intensief betrokken bij de uitvoering van het onderwijs, o.a. door het verzorgen van gastcolleges. Het werkveld zou graag zien dat de gastcolleges meer gestructureerd ingepland worden, zodat zij tijdig op de hoogte zijn van hun inzet binnen de opleiding.

**BIJLAGE I****Scoretabel**

<b>Scoretabel paneloordelen</b> <b>Christelijke Hogeschool Windesheim</b> <b>hbo-Associate degree Commerciële Economie</b> <b>voltijd</b>	
<b>Standaard</b>	<b>Oordeel</b>
<b>Standaard 1. De beoogde leerresultaten</b>	Voldoet
<b>Standaard 2. Onderwijsleeromgeving</b>	Voldoet
<b>Standaard 3. Toetsing</b>	Voldoet
<b>Standaard 4. Gerealiseerde leerresultaten</b>	Voldoet
<b>Algemeen eindoordeel</b>	<b>Positief</b>

## BIJLAGE II

## Programma, werkwijze en beslisregels

### Auditprogramma Beperkte Opleidingsbeoordeling t.b.v. hbo-associate degree Commerciële Economie – Christelijke Hogeschool Windeheim – 20 januari 2022

Programma-onderdeel	Deelnemers (functie)*
9:00 – 9:30 Welkom en gesprek met management	<ul style="list-style-type: none"><li>• Groepsleider team Business</li><li>• Opleidingscoördinator Ad Commerciële Economie</li></ul>
9:45-11:00 Gesprek met docenten	<ul style="list-style-type: none"><li>• Docent Sales en Marketing</li><li>• Docent Marketing</li><li>• Docent Persoonlijk leiderschap en studentenbegeleiding</li><li>• Docent Sales</li></ul>
11:15-12:00 Gesprek met studenten	Gesprek met vijf studenten, twee eerste- en drie tweedejaars, waarvan één tevens lid van de opleidingscommissie
13:00 – 13:45 Gesprek met werkveld, alumni en doorstromers	<ul style="list-style-type: none"><li>• Senior Account Team Maners (Corporate Base) LeasPLan Nederland (tevens lid van de WAC)</li><li>• Twee Alumni, doorgestroomd naar Bachelor CE</li><li>• Alumnus, junior accountmanager Custom Craft Sportswear Benelux</li></ul>
14:15 – 15:00 Gesprek met examen-, toets-, en opleidingscommissie	<ul style="list-style-type: none"><li>• Voorzitter examencommissie</li><li>• Lid toetscommissie</li><li>• Lid opleidingscommissie</li><li>• Lid curriculumcommissie</li></ul>

*NB. In verband met de privacywetgeving zijn hier uitsluitend de functies/rollen van gesprekspartners opgenomen. De namen van de gesprekspartners zijn bij de secretaris van het auditpanel bekend.'*

### Werkwijze

Bij de beoordeling van de betreffende opleiding is uitgegaan van het door de NVAO vastgestelde 'Beoordelingskader accreditiestelsel hoger onderwijs Nederland' van september 2018. Daarin staan de standaarden vermeld waarop het auditpanel zich bij de beperkte opleidingsbeoordeling van een opleiding moet richten en de criteria aan de hand waarvan het auditpanel zijn oordeel over de opleiding moet bepalen.

De secretaris lichtte het auditpanel voorafgaand aan de visitatie uitgebreid voor over het beoordelingskader en de -procedure en over de van hen verwachte attitude voor, tijdens en na de visitatie. Tevens zorgde de secretaris voor een kalibratie van het auditpanel door de interpretatie van de standaarden, de oordelen en de beslisregels door te nemen. Tijdens het audittraject bewaakte de secretaris de correcte procesgang, zag erop toe dat het oordeel van het auditpanel conform het kader tot stand kwam en ondersteunde het proces van de oordeelsvorming.

Op basis van de door opleiding geleverde documentatie heeft het auditpanel zich een beeld kunnen vormen van de primaire en secundaire processen van de betreffende opleiding. Voorafgaand aan het locatiebezoek vond een voorbereidend intern paneloverleg plaats waarin het auditpanel het informatiedossier en de onderliggende documenten besprak. Bovendien zijn

de bevindingen van het auditpanel over de eindwerken tijdens het vooroverleg onderling gedeeld.

De visitatie was gericht op een verificatie van de bevindingen uit de documentenanalyse en het verkrijgen van aanvullende informatie over de inhoud van het programma. Dit geschiedde door gesprekken met vertegenwoordigers van de opleiding, studenten en het werkveld, die waren te kenschetsen als 'gesprekken tussen vakgenoten'.

De verificatie door het auditpanel geschiedde door verscheidene malen hetzelfde onderwerp met verschillende geledingen te bespreken en aan de hand van additionele documentatie en - daar waar het de huisvesting en de materiële voorzieningen betreft- ook door eigen waarneming.

Na overleg met de betreffende opleiding heeft het auditpanel met in achtneming van de daartoe strekkende regels van de NVAO en op basis van zijn documentanalyse en de daaruit voortvloeiende specifieke aandachtspunten de keuze van de gesprekspartners vastgesteld.

Het auditpanel bood studenten, docenten en andere betrokkenen bij de opleiding die niet waren opgenomen in het programma van het locatiebezoek, de gelegenheid om zaken onder de aandacht te brengen die zij van belang achten voor de beoordeling. Het auditpanel heeft geconstateerd, dat de betreffende opleiding de mogelijkheid daartoe tijdig en op correcte wijze bij hen onder de aandacht heeft gebracht en hen heeft geïnformeerd over hoe zij contact konden opnemen met de secretaris van het auditpanel. Het auditteam ontving geen reacties.

#### *Afstemming deelpanels binnen de visitatiegroep*

De visitatie binnen deze visitatiegroep is uitgevoerd door visitatiebureau Hobéon waarbij het twee hogescholen heeft beoordeeld: Christelijke Hogeschool Windesheim en Fontys Hogescholen. De overlap tussen de deelpanels is verzorgd door een ervaren panellid.

Het oordeel van het auditpanel vastgelegd in een conceptrapport werd aan de opleiding voorgelegd voor een toets op eventuele feitelijke onjuistheden.

### **Beslisregels**

Volgens de NVAO-Beslisregels Accreditatie kan een standaard 'voldoet', 'voldoet ten dele' of 'voldoet niet' scoren. Hobéon heeft de beslisregels toegepast, zoals deze zijn opgesomd in het 'Beoordelingskader accreditatiestelsel hoger onderwijs Nederland, September 2018'.

Wanneer er sprake is van verschillende varianten van een opleiding (bijvoorbeeld: voltijd, deeltijd en duaal), dan moet uit de beoordeling blijken dat voor elke variant de kwaliteit is gewaarborgd op grond van de standaarden uit het betreffende beoordelingskader om te komen tot een positief eindoordeel over de opleiding. Het eindoordeel over de opleiding luidt: 'positief', 'positief onder voorwaarden' of 'negatief'.

Indien een opleiding onder één CROHO-registratie wordt aangeboden op meerdere locaties, kan de opleiding alleen voor accreditatie in aanmerking komen als uit de beoordeling blijkt dat elke locatie voldoet aan de in het betreffende beoordelingskader genoemde kwaliteitsstandaarden.

#### *Beperkte opleidingsbeoordeling*

Het eindoordeel over een opleiding is in elk geval positief indien alle standaarden 'voldoet' scoren.

Het eindoordeel over een opleiding is in elk geval positief onder voorwaarden indien



Standaard 1 voldoet en maximaal twee standaarden een 'voldoet ten dele' scoren, waarbij het auditpanel het opleggen van voorwaarden adviseert.

Het eindoordeel over een opleiding is in elk geval negatief indien:

- een of meer standaarden 'voldoet niet' scoren
- standaard 1 'voldoet ten dele' scoort
- een of twee standaarden 'voldoet ten dele' scoren, waarbij het auditpanel niet adviseert om voorwaarden op te leggen;
- drie of meer standaarden 'voldoet ten dele' scoren.

## **BIJLAGE III**

### **Lijst geraadpleegde documenten**

- Zelfevaluatie rapport Commerciële Economie
- Opleidingsprofiel Associate Degree Commerce 2020-2024
- Notulen landelijk overleg Ad Commerce
- Curriculumoverzicht Ad CE 2020-21 en 2021-22
- Leeropbrengstenmatrix opleiding ADCE Almere 2020-21 en 2021-22
- OERen 2020-21 en 2021-22, instellings- en opleidingsdelen
- Almere Toetsbeleid opleidingsdeel BML
- Regels tentaminering 2021-22
- Reglement examencommissie 2021-22 BMR BML&F
- Toetsbeleid instellingsdeel Windesheim
- Uitgangspunten toetsing
- Informatiegids 1<sup>o</sup>jaarsstudenten Ad Commerciële Economie 2021-22
- Studiepuntentabel Ad Commerciële Economie
- Diverse studiehandleidingen en toetsproducten en beoordelingen studenten van eerste en tweede jaar
- Afstudeerhandleidingen 2020-21 en 2021-22
- Overzicht afgestudeerden
- Afstudeerwerken van 15 studenten
- Verslagen overleggen opleidingscommissie
- Jaarverslag examencommissie
- Verslagen overleggen WAC Business
- Evaluatieresultaten en verbeterplannen, periodes 1, 2 en 3 van 2020 en 2021
- CV's docenten Ad Commerciële Economie

Het panel heeft van vijftien studenten de eindwerken bestudeerd.

Om redenen van privacy zijn de namen van afgestudeerden en hun studentnummers van wie het panel de eindwerken heeft bekeken niet opgenomen in deze rapportage. Namen van de afgestudeerde studenten, hun studentnummer evenals de titels van de eindwerken zijn bekend bij de secretaris van het auditpanel.

## BIJLAGE IV      Panelsamenstelling

Op 22-11-2021 heeft de NVAO goedkeuring gegeven aan de samenstelling van het auditpanel t.b.v. de beoordeling van de opleiding Commerciële Economie van Hogeschool Windesheim onder het nummer 010602. Deze opleiding behoort tot onderstaande visitatiegroep.

Naam visitatiegroep:	HBO AD Commerciële Economie Windesheim en Fontys (AD Commerce (eenmalig uniek))
----------------------	---

De secretaris van het auditpanel beschikt over nadere informatie over de samenstelling en expertise van de panelleden die in bovengenoemde visitatiegroep zijn ingezet.

In onderstaande tabel volgen korte functiebeschrijvingen van de panelleden die deelnamen aan het auditpanel van de in dit beoordelingsrapport beschreven opleiding.

Naam	Rol	Korte functiebeschrijvingen
De heer drs. P.W. (Pim) Fernig	Voorzitter	Opleidingsmanager logistiek en Marof bij de Hogeschool van Amsterdam.
De heer ing. M.J.T. (Marcel) Muijs	Lid	Director Business Development Elcee Group.
Mevrouw J. (Jacintha) Bonsma-Haarlemmer M	Lid	Teamleider Leven Lang Ontwikkelen bij de Academie Business & Communicatie van Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.
Mevrouw S. (Suzet) van Gaalen	Studentlid	Student Ad Commerciële Economie Fontys Hogescholen.
Mevrouw drs. S.K. (Sietske) IJtsma	Secretaris	Onderwijsadviseur bij STREEF, gecertificeerd secretaris NVAO sinds mei 2020.

De door alle panelleden ondertekende onafhankelijkheids- en geheimhoudingsverklaringen zijn in het bezit van Hobéon. In deze verklaring verklaren de panelleden gedurende ten minste vijf jaar voorafgaand aan de audit geen zakelijke noch persoonlijke binding te hebben gehad met de betrokken instelling - anders dan die in het kader van de werkzaamheden als lid van het auditpanel van het evaluatiebureau -, die een onafhankelijke oordeelvorming ten positieve of ten negatieve zou kunnen beïnvloeden.



**Hobéon**

Lange Voorhout 14  
2514 ED Den Haag  
+31 (0)70 30 66 800  
info@hobéon.nl  
www.hobéon.nl