

Toets nieuw Associate- degreeprogramma Commerciële Economie

Christelijke Hogeschool
Windesheim

Inhoud

1	Samenvattend advies	3
2	Werkwijze panel	5
3	Beschrijving van het programma	6
	3.1 Algemeen	6
	3.2 Profiel instelling	6
	3.3 Profiel Ad-programma	6
4	Beoordeling Ad-programma	7
	4.1 Beoogde eindkwalificaties	8
	4.2 Onderwijsleeromgeving	9
	4.3 Toetsing	15
	4.4 Algemene conclusie over de kwaliteit van het Ad-programma	17
5	Overzicht oordelen	18
	Bijlage 1: Samenstelling panel	19
	Bijlage 2: Programma locatiebezoek	21
	Bijlage 3: Overzicht van bestudeerde documenten	22
	Bijlage 4: Lijst met afkortingen	23

1 Samenvattend advies

Het Ad-programma Commerciële Economie stelt zich ten doel studenten op te leiden die na afstuderen een zinnvolle bijdrage kunnen leveren aan het vakgebied van de Commerciële Economie. In de commerciële economie staan de onderwerpen Marketing en Sales & Accountmanagement centraal. Studenten kunnen na afloop van de opleiding op tactisch niveau acteren op een van beide gebieden, afhankelijk van het gekozen uitstroomprofiel.

De eindkwalificaties van het Ad-programma Commerciële Economie zijn op adequate wijze afgestemd op de nationale en internationale eisen, onder meer via het landelijk Beroeps- en Competentieprofiel van het domein Commerce maar ook in nauwe samenwerking met het regionale werkveld, ROC en op basis van de ervaring met andere associate degree opleidingen binnen de instelling. De doelstellingen van het Ad-programma Commerciële Economie zijn volgens het panel waardevol en relevant voor de commerciële sector en zijn op niveau 5 geformuleerd.

Het tweejarige curriculum van het Ad-programma bestaat uit 120 studiepunten. Het onderwijs binnen het Ad-programma Commerciële Economie wordt vormgegeven langs vier leerlijnen: Body of Knowledge & Skills, de Praktijkleerlijn, de Onderzoekleerlijn en Studentbegeleiding. Het panel acht het curriculum doordacht en logisch opgebouwd: het is een coherent, praktijkgericht programma van voldoende kwaliteit. Binnen het onderwijs van de instelling neemt het concept 'comakership' een centrale plaats in. Het comakership is een 'echt project in een echte situatie, dat wordt uitgevoerd op locatie bij de opdrachtgever', aldus het informatiedossier. Het Ad-programma Commerciële Economie is hierdoor erg beroepsgericht. De opleiding houdt bij de invulling van het programma ook voldoende rekening met de wensen van het beroepenveld.

Het niveau van de onderwijseenheden is toereikend voor het opdoen van verdiepende kennis in het commerciële domein. De onderwerpen die aan bod komen zijn geschikt en relevant voor dit Ad-programma. De aandacht voor onlinemarketing kan in het programma worden versterkt. Het portfolio is het verzamelwerk van alle opdrachten die per blok opgegeven worden en maakt naar het oordeel van het panel een degelijke indruk.

De programmaleiding heeft een goed beeld van de beoogde doelgroep en past de begeleiding op de doelgroep aan. Bovendien zet het programma het intake-assessment adequaat in. Het panel noemt het positief dat studenten zonder vertraging kunnen doorstromen naar de bacheloropleiding Commerciële Economie van Hogeschool Windesheim.

Het management van het Ad-programma zet naar het oordeel van het panel voldoende gekwalificeerd en gemotiveerd personeel in om te waarborgen dat de onderwijsomgeving effectief kan worden ingericht en dat leerprocessen adequaat kunnen worden ondersteund en begeleid. De docenten zijn enthousiast en betrokken en hebben voldoende inhoudelijke en didactische expertise om het programma te kunnen verzorgen. De professionalisering van docenten krijgt ruime aandacht. Het Ad-programma Commerciële Economie heeft tevens voldoende momenten ingebouwd om eventuele problemen die de kwaliteit van het programma belemmeren, te kunnen signaleren.

De relatie tussen de eindkwalificaties, de leerdoelen en de modules zijn in het programma uitgewerkt in beoordelingsmatrices, zogenoemde 'rubrics'. De leerdoelen kunnen wel meer specifiek en SMART worden geformuleerd. Ook het niveau dient per leerdoel explicieter genoteerd te worden.

De afstudeerhandleiding is specifiek voor dit Ad-programma vormgegeven. Naar het oordeel van het panel voldoet het niveau van de toetsing. De toetsvorm kan in het geval van Engelse spreekvaardigheid en onderzoek nog beter aansluiten op de leerdoelen. Tevens voldoet de toetsing aan de eisen van validiteit, betrouwbaarheid en objectiviteit. De examencommissie bewaakt de kwaliteit van toetsen adequaat.

Het panel komt tot een positief eindoordeel ten aanzien van de kwaliteit van het nieuwe Associate-degreeprogramma Commerciële Economie van de Christelijke Hogeschool Windesheim en adviseert de NVAO om positief over deze aanvraag te besluiten.

Den Haag, 24 april 2017

Namens het panel ter beoordeling van de beperkte Toets nieuw Associate-degreeprogramma Commerciële Economie van de Christelijke Hogeschool Windesheim,

Jacintha Bonsma-Haarlemmer, MEd
(voorzitter)

drs. Astrid Koster
(secretaris)

2 Werkwijze panel

De NVAO heeft een panel vastgesteld met volgende samenstelling:

Voorzitter:

- Jacintha Bonsma – Haarlemmer, MEd; Opleidingscoördinator Commerciële Economie deeltijd/duaal aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN);

Leden:

- Drs. Ing. Jos Rooijackers; Directievoorzitter Rabobank Eindhoven-Veldhoven;
- Drs. Kris Brees, Kris Brees is senior adviseur en partner bij ICSB Marketing en Strategie;
- Student-lid: mw. N. (Nienke) Bach Kolling BSc, student Onderwijskunde Universiteit Twente en student Lerarenopleiding basisonderwijs aan Saxion Hogeschool.

Het panel werd bijgestaan door drs. J. Siebenga, procescoördinator NVAO en drs. A.N. Koster, onderwijskundige, Edukos Advies, extern secretaris.

Bij de toetsing heeft het panel het Beoordelingskader voor de beperkte Toets nieuw Ad-programma van de NVAO (Stcrt. 2014, nr 9832) in acht genomen.

Het panel heeft zich aan de hand van de door de instelling verstrekte documenten op de beoordeling voorbereid. Op 17 februari 2017 is het panel bij elkaar geweest. Tijdens deze bijeenkomst zijn de eerste bevindingen van het panel besproken en nadere vragen geformuleerd voor de aanvrager. In bijlage 3 van dit adviesrapport is een overzicht opgenomen van documenten die het panel heeft bestudeerd. Deze vragen zijn door de secretaris geïnterpreteerd en zijn als input gebruikt voor het locatiebezoek.

Op 22 maart 2017 heeft het panel een locatiebezoek afgelegd. Dit bezoek is gestart met een presentatie van de stand van zaken van het programma, gevolgd door een besloten bespreking in panelverband van de aanvullende informatie. Vervolgens is het panel tijdens het locatiebezoek in verschillende gespreksrondes van nadere informatie voorzien en zijn de vraagpunten aan de orde gesteld en ter discussie gebracht. Het programma van het locatiebezoek is toegevoegd in bijlage 2. Na afloop van de gesprekken heeft het panel het geheel van bevindingen en overwegingen onderling besproken en vertaald naar voorlopige conclusies. Aan het eind van het bezoek heeft de panelvoorzitter die conclusies mondeling teruggekoppeld naar de instelling. Op basis van de bevindingen, overwegingen en conclusies heeft de secretaris een conceptadvies opgesteld dat aan de panelleden is voorgelegd. Vervolgens heeft het panel dit concept van commentaar voorzien, waarna het conceptrapport is vastgesteld door de voorzitter. Het adviesrapport is op 17 april 2017 aan de instelling voorgelegd ter controle op feitelijke onjuistheden. De instelling heeft op 20 april 2017 gereageerd op het adviesrapport. Dit heeft geleid tot enkele aanpassingen, waarna het definitieve rapport is vastgesteld door de voorzitter. Het panel heeft dit advies in volledige onafhankelijkheid opgesteld en op 21 april aan de NVAO aangeboden.

3 Beschrijving van het programma

3.1 Algemeen

Instelling:	Christelijke Hogeschool Windesheim
Ad-programma:	Commerciële Economie
Varianten:	voltijd
Afstudeerrichtingen:	geen
Locatie:	Almere
Studieomvang (EC):	120 EC
CROHO-onderdeel:	Economie
Graad:	Associate degree

3.2 Profiel instelling

Hogeschool Windesheim is met ongeveer 21.000 studenten, enkele duizenden cursisten en ruim 1800 medewerkers één van grotere hbo-instellingen in Nederland. De instelling heeft een hoofdvestiging in Zwolle en een jonge nevenvestiging in Almere, die onder de naam Windesheim Flevoland (WF) bekend staat. In het Convenant Hoger Onderwijs Flevoland uit 2007 ligt de ontstaansgeschiedenis van Windesheim Flevoland. In dit convenant hebben verschillende partijen, waaronder de gemeente Almere, de gemeente Lelystad, de provincie Flevoland, het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen en een aantal andere partners afspraken gemaakt over de toekomst van het hoger onderwijs in de stad Almere.

Hogeschool Windesheim heeft haar beleid gebaseerd op drie pijlers: onderwijs, onderzoek en ondernemen. De hogeschool vormt blijkens haar eigen website een gemeenschap waarin actieve en deskundige mensen elkaar ontmoeten. Windesheim is een innovatief kennis- en expertisecentrum dat beoogt individuen en organisaties te dagen zich te ontwikkelen tot verantwoordelijke, waarde(n)volle en zelfbewuste professionals die onder meer een bijdrage kunnen leveren aan de ontwikkeling, verbetering en vernieuwing van bedrijven, maatschappelijke instellingen en overheden.

3.3 Profiel Ad-programma

Hogeschool Windesheim heeft het Ad-programma Commerciële Economie ontwikkeld, omdat zij heeft vastgesteld dat in de regio van de instelling grote behoefte bestaat aan jonge professionals die bekwaam zijn in de disciplines Marketing en Sales & Accountmanagement. In overleg met het werkveld heeft de instelling een opleidingsprofiel ontwikkeld. Het is de wederzijdse intentie van ROC van Flevoland en Windesheim Flevoland om gezamenlijk de doorstroom van mbo-4 naar de Ad Commerciële Economie vorm te geven. Dit willen beide partijen bereiken door de curricula van beide opleidingen op elkaar te laten aansluiten en – op termijn – docenten onderling uit te wisselen. Deze intenties geven vorm aan de afspraken zoals die gemaakt zijn in het hernieuwde samenwerkingsconvenant tussen Windesheim Flevoland en het ROC van Flevoland en sluiten aan bij de regionale afspraken zoals die gemaakt zijn in het regionaal convenant mbo-hbo Noord-Holland/Flevoland.

Voor de Hogeschool Windesheim Flevoland valt het Ad-programma Commerciële Economie in de groep Business en is naast Ad Ondernemen het tweede Ad-programma in deze groep.

Op dit moment wordt er een Ad Commerciële Economie aangeboden door Stenden Hogeschool in Emmen.

4 Beoordeling Ad-programma

Van toepassing is het Beoordelingskader voor het beperkte Toets nieuw Ad-programma van de NVAO (Stcrt. 2014, nr 9832). Dit kader wordt gebruikt als de instelling beschikt over een positief oordeel over de instellingstoets kwaliteitszorg. De beoordeling komt tot stand op basis van een discussie met 'peers' en de kernverantwoordelijken over de inhoud en kwaliteit van het Ad-programma en is gericht op drie vragen:

1. Wat beoogt het Ad-programma?
2. Hoe wil het Ad-programma dit realiseren?
3. Hoe wil het Ad-programma dit toetsen?

Deze drie vragen zijn vertaald in drie standaarden. Over de standaarden geeft een visitatiepanel een gemotiveerd oordeel op een tweepuntsschaal: onvoldoende of voldoende. Vervolgens geeft het panel een gemotiveerd eindoordeel over de kwaliteit van het Ad-programma in de vorm van een advies aan de NVAO. Het panel heeft daarbij drie mogelijkheden: een positief advies, een positief advies onder voorwaarden en een negatief advies.

Bij de beoordeling worden de volgende definities gehanteerd. Deze definities hebben zowel betrekking op de scores van de standaarden als op de scores van het Ad-programma in totaal.

Basiskwaliteit

De kwaliteit die in internationaal perspectief redelijkerwijs verwacht mag worden van een bachelor- of masteropleiding binnen het hoger onderwijs.

Onvoldoende

Het Ad-programma voldoet niet aan de basiskwaliteit.

Voldoende onder voorwaarden

Het Ad-programma voldoet onder voorwaarden aan de basiskwaliteit.

Voldoende

Het Ad-programma voldoet aan de basiskwaliteit.

Indien een opleiding of programma niet volledig nieuw is of omgevormd wordt, worden bij de oordeelsvorming ook de gerealiseerde eindkwalificaties betrokken.

4.1 Beoogde eindkwalificaties

4.1.1 Standaard 1

De beoogde eindkwalificaties van het Ad-programma zijn wat betreft inhoud, niveau en oriëntatie geconcretiseerd en voldoen aan internationale eisen.

Bevindingen

Het Ad-programma Commerciële Economie leidt studenten op die na afstuderen een zinvolle bijdrage kunnen leveren aan het vakgebied van de Commerciële Economie. In dit vakgebied staan de onderwerpen Marketing en Sales & Accountmanagement centraal. Studenten kunnen na afloop van de opleiding op tactisch niveau acteren op een van beide gebieden. Functies die Ad-studenten na de opleiding kunnen invullen zijn bijvoorbeeld medewerker binnen/buitendienst en medewerker marketing. Op termijn kunnen afgestudeerden ook doorgroeien naar een functie in middenmanagement.

De eindkwalificaties van het domein Commerce (waaronder ook de opleidingen Commerciële Economie, Small Business & Retail Management en International Business) zijn beschreven in het landelijk Beroeps- en Competentieprofiel 2013-2016. Deze domeinbeschrijving is een landelijk kader voor de eindkwalificaties op bachelorniveau voor afgestudeerden van Nederlandse hbo-opleidingen in het Commercedomein. Het competentieprofiel en de uitstrooprofielen van het Ad-programma zijn tot stand gekomen in samenwerking met het regionale werkveld, het ROC van Flevoland en de bestaande Associate degree-opleidingen en bacheloropleiding Commerciële Economie van Windesheim.

Het competentieprofiel bestaat uit elf competenties, waarbij het vereiste eindniveau per module en uitstrooprofiel (Marketing en Sales & Accountmanagement) verschilt. Ten opzichte van het niveau van studenten aan het eind van het tweede bachelorjaar, hoeven studenten minder competenties op niveau 2 te behalen. Waar de bachelorstudent met name breed wordt opgeleid voor de profielen Marketeer en Accountmanager wordt de Ad-student specifiek opgeleid als Marketeer of Accountmanager, zodat de student na twee jaar direct aan de slag kan als beginnend professional in een van deze disciplines. Om dit te bereiken wordt in het Ad-programma extra aandacht besteed aan vaardigheden, als ICT-vaardigheden, salesvaardigheden en interpersoonlijke vaardigheden.

Overwegingen

De eindkwalificaties van het Ad-programma Commerciële Economie zijn op adequate wijze afgestemd op de nationale en internationale eisen, zowel via de domeinbeschrijving in het landelijk Beroeps- en Competentieprofiel 2013-2016, het daarvan afgeleide competentieprofiel voor het Ad-programma, als het European e-Competence Framework in relatie tot het European Qualifications Framework. Het panel vindt de doelstellingen van het Ad-programma Commerciële Economie waardevol en is daarnaast van oordeel dat het Ad-programma zich op de competenties richt waaraan de commerciële sector behoefte heeft.

Naar de mening van het panel zijn de doelstellingen van het Ad-programma tevens op een verantwoorde wijze naar de eindkwalificaties vertaald. De daarvan afgeleide beoogde competenties zijn duidelijk gerelateerd aan werkzaamheden in de commerciële sector. Het panel adviseert wel de eindkwalificatie over de competentie marketingcommunicatie in het kader van de doorstroom naar de bacheloropleiding Commerciële Economie nog eens nader onder de loep te nemen, het panel heeft namelijk de indruk dat het niveau van deze

eindkwalificatie niet aansluit bij het beginniveau van het derde jaar van de bacheloropleiding.

Het programmamanagement heeft een duidelijke vergelijking gemaakt tussen de doelstellingen van het Ad-programma en de Dublin-descriptoren Short Cycle. Hierdoor heeft het panel kunnen vaststellen dat de eindkwalificaties overeenstemmen met minimaal niveau 5 van het Nederlandse kwalificatieraamwerk, het beoogde niveau van dit Ad-programma.

Het panel is op grond van de aangeleverde documentatie en de gevoerde gesprekken van oordeel dat de eindkwalificaties van het programma zijn gebaseerd op de landelijke beschrijving van het Commercedomein en daarmee impliciet ook zijn afgestemd op de eisen van het landelijke werkveld. Daarnaast heeft het opleidingsmanagement intensief overleg gepleegd met vertegenwoordigers van het regionale beroepenveld met het oog op profilering. Het panel waardeert dit.

Het panel onderschrijft dat er in het werkveld behoefte is aan commerciële medewerkers. De programmaleiding speelt adequaat in op deze behoefte. Dat is ook in het gesprek met de vertegenwoordigers van het werkveld bevestigd. Het panel is van oordeel dat het Ad-programma juist gepositioneerd is ten opzichte van de bacheloropleiding Commerciële Economie. Bovendien heeft de opleiding de meerwaarde in het commerciële domein van studenten op het niveau tussen mbo en hbo adequaat verantwoord.

Conclusie: Voldoet

4.2 Onderwijsleeromgeving

4.2.1 Standaard 2

Het programma, het personeel en de opleidingsspecifieke voorzieningen maken het voor de instromende studenten mogelijk de beoogde eindkwalificaties te realiseren.

Bevindingen

Het tweejarige curriculum van het Ad-programma Commerciële Economie heeft een omvang van 120 studiepunten. In het eerste jaar volgen studenten hetzelfde, onderstaande programma:

Jaar	Periode	Module	EC
Jaar 1	periode 1	Bedrijfsadministratie	1
		Engels 1	2
		Inleiding Marketing 1	2
		Nederlands 1	1
		Project de Commercieel Econoom A	5
		ICT Vaardigheden	2
	periode 2	Studentbegeleiding Studievaardigheden	2
		Bedrijfseconomie 1	1
		Inleiding Human Resource Management en Bedrijfskunde	3
		Inleiding Nederlands Recht	2

		Project de Commercieel Econoom B	5
		Hospitality Vaardigheden	2
		Studentbegeleiding Presenteren	2
	periode 3	Bedrijfseconomie 2	1
		Onderzoek voor het AD	2
		Inleiding Marketing 2	2
		Procesmanagement	2
		Project Ondernemingsplan A	4
		Persoonlijke effectiviteit en timemanagement	2
		Studentbegeleiding Rapporteren	2
	periode 4	Engels 2	2
		E-Business	2
		Retailmarketing	3
		Project Ondernemingsplan B	4
		Management Vaardigheden	2
		Studentbegeleiding Ontwikkelen	2

Totaal 60

In het tweede jaar kiezen studenten een van de twee uitstroomprofielen Marketing of Sales & Accountmanagement. In onderstaande twee tabellen is de samenstelling van beide uitstroomprofielen opgenomen:

Uitstroomprofiel Marketing

Jaar	Periode	Module	EC
Jaar 2 (Marketing)	periode 5	Onderzoek voor het AD 2	2
		Marketingstrategie	3
		Comaker Marketing Management	0
		Creatief Schrijven	3
		Persoonlijk Leiderschap 1	2
	Periode 6	Marketingplanning	3
		Comaker Marketing Management	12
		Online Marketing	3
		Persoonlijk Leiderschap 2	2
	periode 7	Afstuderen A: Marketing	6
		Persoonlijk Leiderschap 3	2
	periode 8	Afstuderen B: Marketing	20
		Persoonlijk Leiderschap 4	2

Totaal 60

Uitstroomprofiel Sales & Accountmanagement

Jaar	Periode	Module	EC
------	---------	--------	----

Jaar 2 (Sales & Account-management)	periode 5	Dienstenmarketing	2
		Account Management basis	2
		Comaker Account Management	0
		Netwerken	3
		Salesvaardigheden 1	2
		Persoonlijk Leiderschap 1	2
		Periode 6	Account Management verdieping
	Comaker Account Management		12
	Salesvaardigheden 2		3
	Persoonlijk Leiderschap 2		2
	periode 7	Afstuderen A: Sales & accountmanagement	6
		Persoonlijk Leiderschap 3	2
	periode 8	Afstuderen B: Sales & accountmanagement	20
		Persoonlijk Leiderschap 4	2

Totaal 60

Het onderwijs binnen het Ad-programma Commerciële Economie is gebaseerd op het onderwijsconcept van Windesheim uit 2014 en is uitgewerkt op basis van de notitie Samenwerkend-leren van Windesheim Flevoland. Het onderwijsconcept van de Hogeschool Windesheim is gericht op de relatie tussen praktijk en theorie. De kennismaking met en de koppeling tussen theorie en praktijk vindt plaats binnen de drie O's: Ondernemen, Onderwijs en Onderzoek. Het onderwijs binnen het Ad-programma Commerciële Economie wordt vormgegeven langs vier leerlijnen:

- 1) Body of Knowledge & Skills;
- 2) Praktijkleerlijn;
- 3) Onderzoekleerlijn;
- 4) Studentbegeleiding.

Het Ad-programma Commerciële Economie kent twee uitstroomprofielen: Sales & Accountmanagement en Marketing en is gericht op het werken in de beroepspraktijk. Dit betekent dat in elke onderwijsperiode een praktijkproject in een vorm van een comakership centraal staat. Het comakership definieert de programmaleiding (in tegenstelling tot de stage waar de student meeloopt) als een 'echt project in een echte situatie, dat wordt uitgevoerd op locatie bij de opdrachtgever'. De aard van de comakeropdrachten neemt in de opleiding toe in niveau, tijd en complexiteit. Ook wordt van studenten in toenemende mate zelfstandigheid verwacht. De kennis en benodigde vaardigheden om te slagen in het comakership worden verkregen in de ondersteunende leerlijnen, die zijn aangepast op Ad-niveau. De student ontwikkelt tijdens de comakerships (een deel van) de opleidingscompetenties en levert specifiek aangewezen, relevante beroepsproducten op in de praktijk, die op school worden getoetst.

Binnen het curriculum worden verschillende didactische werkvormen toegepast, zoals tussentijdse feedbackmomenten, vaardigheidstrainingen, tussentijdse assessments en het presenteren van voortgang.

In het portfolio van de student wordt de ontwikkeling zichtbaar gemaakt. Naast (beroeps)producten wordt ook de reflectie hierop vastgelegd. In het tweede jaar vindt reeds in het eerste semester specialisatie plaats. Het Ad-programma bevat een afsluitend onderdeel waarin de student afstudeert. Het gekozen uitstroomprofiel wordt in de afstudeeropdracht verder uitgebouwd.

Personeel

Voor de personeelsinzet wordt uitgegaan van de criteria van de Hogeschool Windesheim Flevoland. Het docententeam dat ook onderwijs verzorgt bij de bacheloropleiding Commerciële Economie, bestaat uit veertien personen (ongeveer 11 fte). De betrokken leden van het docententeam hebben een bewuste keuze gemaakt ook in het Ad-programma onderwijs te verzorgen. Alle docenten beschikken over een masterdiploma. Windesheim hanteert voor 2016/2017 een docent/studentratio van 1:27. Voor de startfase van de opleiding is binnen de instelling 1,7 fte per jaar extra beschikbaar. De daadwerkelijke inzet van fte is afhankelijk van het aantal ingeschreven studenten. Door de directie is budgettaire ruimte gereserveerd om het programma op te zetten en uit te voeren.

Windesheim hanteert het uitgangspunt dat docenten minimaal op masterniveau geschoold zijn. Indien docenten bij indiensttreding niet over dit masterniveau beschikken (maar bijvoorbeeld op basis van grote werkveldkennis worden aangenomen), dienen zij binnen afzienbare tijd zich op te scholen tot masterniveau. Tevens moeten alle docenten didactisch bevoegd zijn. Indien docenten bij in dienst treden hierover niet beschikken, is didactische bijscholing verplicht. Tevens is het personeel bijgeschoold om met de doelgroep om te gaan, waarbij wordt ingezet op studievaardigheden.

Met ROC Flevoland zijn afspraken gemaakt over onderlinge samenwerking. Docenten van ROC Flevoland kunnen ingezet worden voor het Ad-programma. Windesheim Flevoland is verantwoordelijk voor de professionalisering van deze docenten.

In- en doorstroom

De opleiding staat open voor studenten met een mbo-diploma op niveau 4 of een havo/vwo-diploma. In het bijzonder wordt een grote instroom van mbo-4 studenten verwacht uit de sectoren 'Handel en Ondernemen' en 'Marketing, Economie en Sales'. De instroom van havisten en vwo'ers is vooral een theoretische instroom. Alle instromende studenten nemen deel aan een intakeassessment. Tijdens dit intakeassessment wordt de motivatie en mate van geschiktheid bepaald, wordt een capaciteitentoets afgenomen en geeft de opleiding een advies. Voor het studiejaar 2017-2018 wordt uitgegaan van een instroom van minimaal 25 studenten. De instroomeisen zijn gelijk aan de instroomeisen van de bachelor Commerciële Economie.

Studenten die het Ad-programma succesvol afronden kunnen zonder studievertraging doorstromen naar de bacheloropleiding Commerciële Economie. Uit het informatiedossier blijkt dat de student gedurende het eerste semester een verplichte doorstroomminor volgt, zodat, na het afronden van de minor, de competenties op hetzelfde niveau zijn beoordeeld als bij studenten die de eerste twee jaar van de bacheloropleiding hebben doorlopen. De schematische uitwerking van het schakelprogramma is opgenomen in het informatiedossier.

Begeleiding

Vanwege de specifieke instroom van de hogeschool waarbij rekening gehouden moet worden met veel eerste generatie studenten en studenten met specifieke problemen als

ouderschap en schulden, kiest de instelling voor een programma waar studenten drie dagen per week op school aanwezig zijn. De rest van de studielast wordt door de student naar eigen inzicht ingevuld. Aan de basis van de studentbegeleiding staat het ABC-model. Dat betekent dat de studenten geholpen worden om Autonoom, Betrokken en Competent te worden. Dit model hanteert de instelling ook binnen de bachelor Commerciële Economie en de bestaande Ad-programma's binnen de groep Business. De opleiding spreekt de student vanaf dag één aan als toekomstig collega. Docenten vervullen de rol van studentbegeleider. In iedere periode heeft de student een individueel gesprek met de begeleider. Door de kleinere groepsgrootte (maximaal 30 studenten) is er tevens een intensievere begeleiding dan in de bacheloropleiding. Deze keuze is gemaakt om het programma aan te laten sluiten bij de specifieke eisen die de studentpopulatie stelt.

In de leerlijn studentbegeleiding begeleidt een studentenbegeleider een student in zijn studievoortgang, in zijn persoonlijke en in zijn professionele ontwikkeling. In het portfolio van de student wordt de ontwikkeling zichtbaar gemaakt. Studentbegeleiding wordt gegeven in klassikale bijeenkomsten, aangevuld met individuele begeleidingsgesprekken. Tussentijds vinden ook intervisiesessies plaats waarin de studenten hun dagelijkse uitdagingen in een informele setting met elkaar delen en onder begeleiding van een docent/coach gezamenlijk oplossingen zoeken. Waar nodig kan een beroep worden gedaan op begeleiding vanuit het Studie Succes Centrum. Met behulp van het online platform Educator worden studenten geïnformeerd over hun studievoortgang. De Ad-studenten worden gedurende twee jaar niet alleen op school begeleid, maar ook bij de comakershipbedrijven. Hiervoor hebben zij hun eigen begeleider. De begeleider namens de opleiding bezoekt het comakershipbedrijf tenminste een keer per jaar.

Voorzieningen

Windesheim kent verschillende algemene voorzieningen voor studenten. Een uitgebreide beschrijving van alle voor studenten relevante voorzieningen (waaronder de elektronische leeromgeving) wordt gegeven in de studiegids en wordt in het begin van de studie meegedeeld aan de studenten. Voor de studenten is een vaste plaats in het gebouw; tevens wordt het onderwijs door een elektronische leeromgeving ondersteund.

Overwegingen

Het panel vindt het curriculum van het Ad-Programma Commerciële Economie doordacht en logisch opgebouwd. Door de gesprekken heeft het panel vastgesteld dat het Ad-programma Commerciële Economie beschikt over een coherent praktijkgericht programma van voldoende kwaliteit. De studiepunten zijn volgens het panel evenwichtig verdeeld over de acht periodes. Deze verdeling garandeert een gelijkmatige verdeling van studiebelasting. Het panel is van oordeel dat mbo-gediplomeerden de doelstellingen kunnen behalen en dat het programma studeerbaar is voor gemotiveerde studenten.

Het programma is overzichtelijk gepresenteerd. In het globale programma-overzicht is de samenhang van de competenties binnen het curriculum overzichtelijk weergegeven. Om verticale samenhang in het programma te bereiken worden competenties in verschillende onderwijsperiodes aangeboden. Het studiemateriaal voor het Ad-programma acht het panel inhoudelijk voldoende met een voor het werkveld herkenbaar niveau. De modulebeschrijvingen kunnen echter nog worden gespecificeerd, zodat studenten nog beter kunnen worden geïnformeerd over dat het Ad-programma van hen verwacht. Zo kan overzichtelijker worden weergegeven in welke periode welke module geprogrammeerd staat. Het niveau van de onderwijsseenheden is toereikend voor het opdoen van

gespecialiseerde kennis over het commerciële domein. Het panel vindt dat de aangeboden onderwerpen geschikt en relevant zijn voor dit Ad-programma. Het belang van onlinemarketing kan echter meer aandacht krijgen in het programma. In het portfolio van de student wordt de ontwikkeling van de student adequaat zichtbaar gemaakt. Het portfolio maakt naar het oordeel van het panel een degelijke indruk.

Het onderdeel comakership speelt een belangrijke rol in het programma: door de comakerships is het programma duidelijk praktijk- en beroepsgericht. Dit vergroot de mogelijkheden voor studenten om werkzaam te zijn in het commerciële domein. Met onder meer het comakership worden tevens actuele ontwikkelingen adequaat in de opleiding ingebed. Het panel is van mening dat de programmaleiding de uitvoering van de comakerships structureel aanpakt en ook de kwaliteit ervan voldoende borgt. Het panel heeft geconstateerd dat studenten van het Ad-programma kunnen beschikken over voldoende en passende comakershipopdrachten. Het programma-management heeft dit naar het oordeel van het panel sterk aannemelijk gemaakt. Ook docenten zijn uitstekend geïnstrueerd. De programmaleiding heeft en houdt de verantwoordelijkheid voor de kwaliteit van het Ad-programma, waardoor er duidelijk geen sprake is van een bedrijfsopleiding.

Het panel is van oordeel dat het personeelsbeleid van het Ad-programma Commerciële Economie voldoet. Ook voorziet het programma in een vruchtbare afstemming met het mbo. Het management van het Ad-programma zet naar het oordeel van het panel voldoende gekwalificeerd en gemotiveerd personeel in om te waarborgen dat de onderwijsomgeving effectief kan worden ingericht en dat leerprocessen adequaat kunnen worden ondersteund en begeleid. De betrokken en enthousiaste docenten die veelal ervaring hebben in het werkveld weten goed waar ze mee bezig zijn en op welk niveau zij gaan beoordelen. Dit komt mede door de ervaring die zij hebben met het verzorgen van onderwijs in de andere Ad-programma's die Windesheim aanbiedt. Ook met toetsen en beoordelen hebben docenten ervaring.

De docenten hebben al met al voldoende expertise om het programma te kunnen verzorgen: zij hebben de juiste opleidingen afgerond, er zijn volgens het panel voldoende op masterniveau opgeleide docenten en hun werkervaring is recent en relevant. Ook aan (onderwijskundige) professionalisering besteedt de opleiding ruime aandacht. Van de geboden mogelijkheden wordt ook daadwerkelijk gebruik gemaakt. Het panel is hier erg tevreden over. Het panel benoemt als aandachtspunt de inhoudelijke en didactische expertise van docenten die in de toekomst afkomstig zullen zijn van het mbo.

Het panel is van oordeel dat de programmaleiding een goed beeld heeft van de beoogde doelgroep. Het panel acht de eisen aan instromende studenten adequaat. Bovendien zet het programma het intake-assessment, inclusief de capaciteitentest, adequaat in. Het panel noemt het positief dat studenten zonder vertraging kunnen doorstromen naar de bacheloropleiding Commerciële Economie. De programmaleiding heeft door het ontwikkelen van een minorprogramma een passende doorstroommogelijkheid gecreëerd waarbij de student geen vertraging oploopt.

De studiebegeleiding die het programma verzorgt, is naar het oordeel van het panel intensief en biedt ruime mogelijkheden om knelpunten te signaleren en te verhelpen; hiervoor heeft het programma-management voldoende momenten in het curriculum ingebouwd. Ook de loopbaanbegeleiding en -advisering aan studenten vindt het panel toereikend. Het Ad-programma houdt adequaat rekening met de specifieke

studentenpopulatie. Naast de regelmatige studiebegeleidingsgesprekken is de drempel voor studenten om tussentijds aan te kloppen bij docenten of het opleidingsmanagement laag. Om van de comakerships een succes te maken, is de uitdaging vooral gelegen in een juiste en passende begeleiding van studenten tijdens de comakerships. De ervaren docenten krijgen van het panel het vertrouwen dat zij de begeleiding naar behoren kunnen uitvoeren.

Het panel heeft kennis genomen van de voorzieningen voor het Ad-programma in Almere. De voorzieningen in het gebouw zijn toereikend voor het aangeboden onderwijs van de opleiding. Stagebegeleiders van Windesheim leggen werkbezoeken af aan de werkplekken waar studenten van de bacheloropleiding Commerciële Economie werken aan comakershipsopdrachten. Het panel is positief over de borging van de kwaliteit van de werkplek, ook gedurende de comakerships. Het panel is er dan ook van overtuigd dat de onderwijsvoorzieningen bij comakershipbedrijven ook in het geval van het beoogde Ad-programma aan de eisen zullen voldoen.

De informatievoorziening acht het panel adequaat: het programmamanagement en de docenten communiceren in het geval van de bacheloropleiding Commerciële Economie op heldere wijze met studenten. Ook de informatievoorziening naar de werkplekbegeleiders toe is goed. Door heldere uitleg over de inhoud van het Ad-programma zal het voor studenten duidelijk zijn wat docenten van hen verwachten.

Conclusie: Voldoet

4.3 Toetsing

4.3.1 Standaard 3

Het Ad-programma beschikt over een adequaat systeem van toetsing

Bevindingen

Elk jaar stelt het programmamanagement het toetsprogramma van het Ad-programma Commerciële Economie vast. Het toetsprogramma bestaat uit de toetsplannen per onderwijseenheid. De programmaleiding heeft de toetsing schematisch weergegeven in beoordelingsmatrices met daarin twee dimensies (de toetscriteria en het beoordelingsniveau), zogenoemde 'rubrics'. Deze vormen de basis voor de te hanteren beoordelingsformulieren. Het Ad-programma maakt gebruik van de volgende toetsvormen: tentamen (schriftelijke toets), rapportage (proces en of reflectie), vaardigheidstoets, (portfolio)assessment, opdracht (met productbeoordeling), presentatie en de afstudeeropdracht. De module-eigenaar van een onderwijseenheid is verantwoordelijk voor de toetsing van de onderwijseenheid. De opleiding hanteert een vier-ogenbeleid, waarbij een andere docent vooraf de inhoud en de kwaliteit van een toets beoordeelt.

Afstuderen

Het afstuderen geldt als individueel sluitstuk van het Ad-programma. Het afstudeercomakership in het tweede studiejaar omvat 26 studiepunten en kan in een halfjaar worden afgerond. Gedurende dit afstudeercomakership wordt het eindniveau integraal getoetst. Studenten schrijven een adviesplan op tactisch niveau, dus vanuit een

gegeven strategie, op het gebied van Sales & Accountmanagement of Marketing, afhankelijk van het gekozen uitstroomprofiel.

De student toont in het afstudeerportfolio aan dat hij alle competenties heeft afgesloten op het beschreven niveau. Iedere student studeert individueel af. Indien niet alle competenties tijdens het afstudeercomakership kunnen worden behaald of getoetst, wordt het afstudeerportfolio aangevuld met stukken waaruit het eindniveau op die competenties blijkt (werkstukken en verslagen uit eerdere onderwijseenheden). In de afstudeeropdracht wordt de inhoud van de opdracht afgebakend en wordt vastgelegd op welke wijze de student aan de competenties werkt.

Studenten werken daarnaast aan persoonlijke competenties, deze worden getoetst in een proces- en reflectieverslag. De criteria zijn vastgesteld en zijn terug te vinden in de afstudeerhandleiding. Het eindoordeel van het afstudeerproduct komt tot stand door de beoordeling van een productverslag en het proces. Om de kwaliteit van het productverslag te borgen wordt het verslag beoordeeld door twee door de examencommissie aangestelde beoordelaars, zijnde niet de begeleider. Het proces wordt beoordeeld door de begeleider en bestaat uit onder andere de beoordeling van een procesverslag en de afstudeerpresentatie.

Borging

De examencommissie is verantwoordelijk voor de borging van de kwaliteit van de toetsing en stelt de examinatoren aan. Tevens heeft het programma een toetscommissie ingesteld. De toetscommissie beoordeelt de kwaliteit van individuele toetsen steekproefsgewijs en daarnaast in specifieke gevallen op aanvraag. Ook zorgt de toetscommissie voor scholing van het docententeam, waaronder de cursus Basis Kwalificatie Examinering (BKE).

Om de kwaliteit van toetsing te borgen zijn de beoordeling van het afstudeerproduct en de begeleiding van het afstuderen gescheiden, waarbij de coach (afstudeerbegeleider) een adviserende rol heeft. De randvoorwaarden voor de beoordeling zijn opgenomen in de onderwijs- en examenregeling van de opleiding.

Externe validering van de toetsing vindt plaats via het vier-ogenprincipe, via landelijk overleg met gelieerde opleidingen aan andere hogescholen, de werkveldadviescommissie en met comakershipsbedrijven.

Overwegingen

Het programmamanagement heeft naar het oordeel van het panel goed nagedacht over de invulling van het toetsprogramma. De structuur en het systeem van toetsing zijn helder en het panel is van mening dat de afstudeeropdracht behorende bij het Ad-programma Commerciële Economie past bij de eindkwalificaties. In de 'rubrics' is inzichtelijk gemaakt hoe de relatie is tussen competenties, eindkwalificatie en leerdoelen.

Het panel adviseert echter het toetsbouwwerk nader uit te werken. Zo is het panel van mening dat van elk leerdoel in de rubric duidelijk het niveau beschreven moeten worden. Ook kunnen de leerdoelen specifieker en meer op SMART-wijze worden geformuleerd. Dit zal de transparantie en toetsbaarheid van de toetsen ten goede komen.

Ook noemt het panel het aantal tentamens met meerkeuzevragen hoog: alle schriftelijke tentamens bestaan uit meerkeuzevragen. Het panel adviseert het programma de toetsing in het tweede jaar meer te richten op het toetsen van vaardigheden en hiervoor tevens de juiste toetsvorm te kiezen. Zo adviseert het panel de toetsvorm voor wat betreft

spreekvaardigheid in het Engels en het onderzoek te heroverwegen. Door de ervaring van Windesheim met Ad- onderwijs en met toetsing in het algemeen, heeft het panel er vertrouwen in dat de toetsing adequaat kan worden uitgewerkt.

De afstudeerhandleiding is specifiek ontworpen voor het Ad-programma. Het panel is hier tevreden over. De inhoud van de kennistoetsen is in orde. De tussentijdse en de afstudeertoetsing voldoen naar het oordeel van het panel tevens aan de eisen van validiteit, betrouwbaarheid en objectiviteit. De examencommissie bewaakt de kwaliteit van de toetsen adequaat. De expertise en ervaring van deze commissie bij de bacheloropleiding Commerciële Economie komt hier goed van pas. Dit geeft vertrouwen dat de examencommissie ook de juiste beslissingen kan nemen voor het Ad-programma. Het onderscheid tussen de examencommissie en de toetscommissie die bij het Ad-programma betrokken zijn, is naar behoren gemaakt. Beiden houden zij adequaat toezicht op de kwaliteit van de resultaten en de invulling van het Ad-programma.

Conclusie: Voldoet

4.4 Algemene conclusie over de kwaliteit van het Ad-programma

De kwaliteit van het nieuwe Ad-programma Commerciële Economie is naar het oordeel van het panel voldoende. Dit positieve eindoordeel is gebaseerd op het feit dat alle drie standaarden van het toepasselijke beperkte kader voor de toets nieuw Ad-programma van de NVAO als voldoende zijn beoordeeld. Het geheel van het Ad-programma overziende, is het panel van oordeel dat het voorgenomen Ad-programma Commerciële Economie van de Hogeschool Windesheim (Flevoland) voldoet aan de basiskwaliteit.

5 Overzicht oordelen

Onderwerp	Standaarden	Oordeel
1 Beoogde eindkwalificaties	1. De beoogde eindkwalificaties van het Ad-programma zijn wat betreft inhoud, niveau en oriëntatie geconcretiseerd en voldoen aan internationale eisen.	Voldoende
2 Onderwijsleeromgeving	2. Het programma, het personeel en de opleidingsspecifieke voorzieningen maken het voor de instromende studenten mogelijk de beoogde eindkwalificaties te realiseren.	Voldoende
3 Toetsing	3. Het Ad-programma beschikt over een adequaat systeem van toetsing.	Voldoende
Algemene conclusie		Voldoende

Bijlage 1: Samenstelling panel

De NVAO heeft een panel vastgesteld met volgende samenstelling:

Voorzitter:

- Jacintha Bonsma – Haarlemmer, MEd; Opleidingscoördinator Commerciële Economie deeltijd/duaal aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN);

Leden:

- Drs. Ing. Jos Rooijakkers; Directievoorzitter Rabobank Eindhoven-Veldhoven;
- Drs. Kris Brees, Kris Brees is senior adviseur en partner bij ICSB Marketing en Strategie;
- Student-lid: mw. N. (Nienke) Bach Kolling BSc, student Onderwijskunde Universiteit Twente en student Lerarenopleiding basisonderwijs aan Saxion Hogeschool.

Jacintha Bonsma – Haarlemmer

Jacintha Bonsma werkte na het afronden van de bachelor Commerciële Economie en NIMA-C, meer dan 15 jaar als coördinator en later als product en categorymanager bij verschillende bedrijven (o.a. Essilor BV en Nedac Sorbo). Zij vervolgde haar carrière als docent marketing en onderwijsontwikkelaar in het domein Hospitality en Recreatie op een mbo-instelling. Zij werkte vervolgens enkele jaren als teamleider in het domein Commerciële Dienstverlening en Handel. Daarnaast was zij ook intern auditor binnen deze instelling. Ook heeft zij als projectleider een rol gespeeld bij de invoering van de nieuwe mbo-kwalificatiedossiers binnen deze instelling. In 2015 rondde zij haar Master Leren en Innoveren af. Sinds 2015 is zij werkzaam als opleidingscoördinator van de opleiding Commerciële Economie deeltijd/duaal aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

Drs. Ing. Jos Rooijakkers;

Jos Rooijakkers was aan het einde van zijn studie Bedrijfseconomie aan de KUB Tilburg politiek actief als wethouder Financien, Sociale Zaken en Maatschappelijke dienstverlening van de gemeente Geldrop. Hij oefende vervolgens een jaar het vak van docent bedrijfseconomie uit alvorens verschillende directieposities te bekleden binnen de ING-bank en later de Rabobank. Zo was hij van 1996 tot 2002 actief als Directeur Bedrijven bij de Rabobank Eindhoven.

Drs. Kris Brees

Kris Brees is afgestudeerd als handelsingenieur, met de optie marketing aan de Katholieke Universiteit Leuven. Hij heeft daarnaast een opleiding voltooid tot bedrijfsconsulent aan het Economisch en Sociaal Instituut voor de Middenstand in Brussel. Hij was onder meer werkzaam als brandmanager bij Vandemoortele Benelux, senior productmanager Knorr bij Bestfoods Belgium, group productmanager Knorr bij Bestfoods Nederland en brandleader Knorr Nederland bij Unilever Bestfoods Nederland. Sedert 2005 is de heer Brees partner bij ICSB, een onderneming die zich toelegt op advies, onderzoek en opleiding rond marketingstrategie, innovatie, segmenteren, positioneren en communicatie.

N. (Nienke) Bach Kolling

Mevrouw Bach Kolling studeert Onderwijskunde aan de Universiteit Twente en volgt tevens de lerarenopleiding basisonderwijs aan Hogeschool Saxion. Zij was eerder voorzitter en onderwijscommissaris bij de studievereniging voor Psychologie en Onderwijskunde en student-lid van de opleidingscommissie. Mevrouw Bach Kolling heeft ruime ervaring in het toetsen van opleidingen en instellingen als student-lid van panels van de NVAO.

Alle panelleden hebben een onafhankelijkheids- en onpartijdigheidsverklaring ingevuld en ondertekend.

Het panel werd bijgestaan door drs. Jetse Siebenga, procescoördinator NVAO en drs. Astrid Koster, onderwijskundige, Edukos Advies, secretaris.

Bijlage 2: Programma locatiebezoek

Het panel heeft een bezoek gebracht aan de locatie op 22 maart 2017. Locatie: Windesheim Flevoland, Almere.

Programma:

Tijd	Onderdeel (inclusief gesprekspartners)
08.45-09.00	Ontvangst panel door <ul style="list-style-type: none">• Kees Stolwijk, manager onderwijs• Johan Muit, opleidingscoördinator CE
09.00-10.00	Presentatie door de opleiding en gesprek met opleidingsmanagement <ul style="list-style-type: none">• Kees Stolwijk, manager onderwijs• Johan Muit, opleidingscoördinator CE
10.00-10.15	Pauze
10.15-11.00	Gesprek met docententeam <ul style="list-style-type: none">• Aida Montakab, docent Marketing• Johan Muit, docent Sales / opleidingscoördinator CE• Conny Dekker-Kos, docent Marketing• Elwin Hus, docent Sales• Jesper Beunk, docent Ondernemen en Studentbegeleiding• Annemarie van Zutphen, docent Ondernemen
11.00-11.30	Gesprek werkveld <ul style="list-style-type: none">• Marcel Muijs, Director Business Development, Verpa Senco B.V.• Reinier Vastenburg, Manager Payroll, 3G Payroll B.V.
11.30-12.15	Gesprek met studenten <ul style="list-style-type: none">• Raphael Krolis, student-lid Deelraad, student 2^e jaar Ad Ondernemen• Loutfi Ghattas, student 1^e jaar CE• Marloes Opsomer, student 2^e jaar CE• Luigina Tirapani, student 2^e jaar Ad Ondernemen• Lianne Vleerlaag, student 1^e jaar Ad Officemanagement
12.15-13.15	Lunch en intern overleg
13.15-13.35	Bestuderen materiaal
13.35-15.15	Gesprek met vertegenwoordigers examencommissie en toetscommissie <ul style="list-style-type: none">• Arianne Zuiderveld, examencommissie• Jeroen Steggink, toetscommissie• Annemarie van Zutphen, curriculumcommissie
15.15-15.30	Pauze
15.30-16.00	Interne nabespreking
16.00-16.30	Korte terugkoppeling door panelvoorzitter naar opleiding

Bijlage 3: Overzicht van bestudeerde documenten

Informatiedossier Ad-programma/instelling

- Aanvraagdossier Associate degree Commerciële Economie. Verzorgd door: Christelijke Hogeschool Windesheim, Domein Windesheim Flevoland Almere (januari 2016)
- Bijlagen behorende bij het aanvraagdossier:
 - a) Bijlage 1 - Domeinspecifiek referentiekader en eindkwalificaties
 - b) Bijlage 2 - Arbeidsmarktbehoefte bedrijfssector Economie op niveau 5
 - c) Bijlage 3 – Schematisch overzicht Ad-programma en doorstroom
 - d) Bijlage 4 – Competentiematrix Ad Commerciële Economie
 - e) Bijlage 5 - Inhoudsbeschrijving eerste jaar Ad-programma
 - f) Bijlage 6 - Onderwijs- en examenregeling
 - g) Bijlage 7 - Overzicht in te zetten personeel
 - h) Bijlage 8 - Besluit macrodoelmatigheid
 - i) Bijlage 9 - Overzicht contacten werkveld
 - j) Bijlage 10 – Handleiding en regels Comakership en Afstuderen Ad
 - k) Bijlage 11 – Schema gehanteerde niveau-indeling

Bijlage 4: Lijst met afkortingen

Ad	Associate Degree
Ba	bachelor
BKE	Basis Kwalificatie Examineren
BKO	Basis Kwalificatie Onderwijs
BoKS	Body of Knowledge & Skills
EC	European Credits (studiepunten)
ECTS	European Credit Transfer System
Fte	Full Time Equivalent
hbo	hoger beroepsonderwijs
Ma	master
mbo-4	middelbaar beroepsonderwijs niveau 4
MKB	Midden- en Kleinbedrijf
NVAO	Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie
Skc	Studiekeuzecheck
WF	Windesheim Flevoland
wo	wetenschappelijk onderwijs

Het adviesrapport is tot stand gekomen in opdracht van de NVAO met het oog op beperkte toetsing van het nieuwe Associate-degreeprogramma Commerciële Economie van de Christelijke Hogeschool Windesheim.

Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie (NVAO)
Parkstraat 28
Postbus 85498 | 2508 CD DEN HAAG
T 31 70 312 23 00
E info@nvao.net
W www.nvao.net

Aanvraagnummer 005233