

## Besluit

**Besluit strekkende tot een oordeel voldoende onder voorwaarden van een aanvraag toets nieuw associate-degreeprogramma Online Marketing en Sales van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen**

	<b>datum</b>	<b>Gegevens</b>	
	28 april 2017	Instelling	: Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
	<b>onderwerp</b>	Programma	: Online Marketing en Sales
	<b>Besluit</b>	Varianten	: deeltijd, duaal
	TN Ad-programma	Bijbehorende hbo-bachelor	: Bacheloropleiding Commerciële Economie
Online Marketing en Sales van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (005058)		Locatie	: Arnhem
		Studieomvang (EC)	: 120
		Datum macrodoelmatigheidsbesluit	: 1 juli 2017
		Datum aanvraag	: 25 augustus 2016
	<b>uw kenmerk</b>		
	UITCVB16/19820	Datum locatiebezoek(en)	: 20 februari 2017
	<b>ons kenmerk</b>	Datum adviesrapport	: 27 maart 2017
NVAO/20170826/AH		Instellingstoets kwaliteitszorg	: ja, positief besluit van 28 augustus 2013
	<b>bijlagen</b>		
	2		

### Beoordelingskader

Kader voor de beperkte toets nieuw associate-degree (Ad-)programma van de NVAO (Stcrt. 2014, nr 9832).

### Bevindingen

De NVAO stelt vast dat in het adviesrapport deugdelijk en kenbaar is gemotiveerd op welke gronden het panel de kwaliteit van het Ad-programma voldoende onder voorwaarden heeft bevonden.

### Advies panel

Samenvatting bevindingen en overwegingen van het panel.

De Hogeschool van Arnhem en Nijmegen heeft bij de NVAO een aanvraag ingediend voor een beperkte toetsing van het nieuwe Ad-programma Online Marketing en Sales. De NVAO heeft een panel van deskundigen gevraagd een advies over dit Ad-programma uit te brengen. In deze samenvatting geeft het panel de overwegingen en de oordelen die de basis vormen van het advies van het panel aan de NVAO over dit Ad-programma.

Pagina 2 van 6 In de naam van het Ad-programma Online Marketing en Sales is volgens het panel de relatie met de bacheloropleiding Commerciële Economie voldoende zichtbaar. Ook beoordeelt het panel de naam als passend bij die inhoud van het Ad-programma.

Voor het Ad-programma zijn doelstellingen opgesteld. Deze doelstellingen zijn werkende studenten met een vooropleiding op het niveau van mbo-4 de mogelijkheid te bieden zich verder op het gebied van marketing en sales te ontwikkelen en aldus mede te voorzien in de behoefte aan hoger geschoolden op dit gebied. Het Ad-programma heeft een profiel opgesteld waarbinnen twee specialisaties zijn uitgewerkt, *Online Marketing* en *Sales*.

Het Ad-programma heeft wel een behoeftepeiling bij het landelijke beroepenveld uitgevoerd maar heeft de ontwikkelingen op het vakgebied en in het beroepenveld van online marketing en sales onvoldoende nauwkeurig in beeld gebracht. Bijgevolg mist het panel de doorvertaling van deze ontwikkelingen naar de competenties van de online marketeer en sales professional.

Naar de waarneming van het panel is de betrokkenheid van het regionale werkveld en de eigen beroepenveldcommissie relatief beperkt geweest. Het panel beveelt aan deze nauwer bij de ontwikkeling van het programma te betrekken, omdat de vraag van de zijde van het regionale werkveld beduidend kan verschillen van die van het landelijke beroepenveld waar de peiling van de behoeften op is gebaseerd.

De eindkwalificaties van het Ad-programma komen overeen bij de doelstellingen en zijn op de landelijk opgestelde competenties voor het domein *Commerce* afgestemd. Hoewel deze eindkwalificaties beantwoorden aan het niveau dat van een Ad-programma verwacht mag worden en aansluiten op de Dublin-descriptoren voor de *Short Cycle*, moeten de studenten twee competenties op het hoogste niveau, niveau 3 beheersen. Het panel bepleit de waarborg te bieden dat de studenten daadwerkelijk dat niveau realiseren. Het Ad-programma heeft het verschil met aan de ene kant het mbo-niveau en aan de andere kant met het niveau van de bachelor naar behoren beschreven.

In lijn met de hiervoor genoemde doelstellingen heeft het Ad-programma de doelgroep van studenten duidelijk omschreven. Het panel is positief over de toelatingseisen en de toelatingsprocedure. De relevante aspecten van de studie waaronder de eisen aan de werkplek worden goed besproken. Ook is het panel te spreken over de mogelijkheden die *HAN Employment* de studenten biedt om een relevante werkomgeving te vinden.

De eindkwalificaties van het Ad-programma worden in het curriculum weerspiegeld en het curriculum is adequaat uitgeschreven, waar het gaat om het eerste jaar. Het tweede jaar van het curriculum is veel minder duidelijk uitgewerkt, zowel in termen van de onderliggende visie als in termen van de mate van detail en de diepgang. Omdat de ontwikkelingen in dat vakgebied en in dat beroepenveld niet voldoende zijn uitgewerkt (zie standaard 1) en aangezien het tweede jaar juist het onderscheidende jaar is waarin de vertaling van de competenties van de online marketeer en sales professional in het curriculum zou moeten blijken, is het panel er niet zeker van dat het Ad-programma een proces heeft ingericht dat tot het gewenste resultaat in het curriculum zal leiden en dit vooral wat het waarborgen betreft van een continue input en actualisatie van de trends en expertise inzake online marketing en sales. Deze bedenkingen zijn zo zwaarwegend dat het panel op grond daarvan deze standaard als onvoldoende kwalificeert.

Pagina 3 van 6 Het eerste jaar van het curriculum van het Ad-programma en van de bacheloropleiding zijn identiek maar in het tweede jaar is sprake van substantiële verschillen tussen deze curricula. Het panel meent dat daardoor sprake is van een eigenstandig Ad-programma. Het panel heeft ook gezien dat de afgestudeerden van het Ad-programma (drempelloos) naar de bacheloropleiding kunnen doorstromen. Ook kent het Ad-programma een open inschrijving en is het niet voor de studenten van één of meer organisaties bestemd.

Het didactisch concept *blended learning* van het Ad-programma dat in contactonderwijs, onderwijs via de elektronische leeromgeving en leren op de werkplek is uitgewerkt, voldoet volgens het panel voor de beoogde groep studenten.

De studenten van het Ad-programma en de bacheloropleiding zitten weliswaar in het eerste jaar bij elkaar in één groep maar in het tweede jaar is sprake van gescheiden groepen. Daarnaast is het panel te spreken over de individuele begeleiding van de studenten van het Ad-programma, zowel door de studieadviseur als door de hogeschoolmentor. Daardoor acht het panel de studeerbaarheid van het programma naar behoren voor deze groep studenten.

Het panel beoordeelt de vooropleiding, de didactische vaardigheden en de kennis van de relevante beroepspraktijk van de beoogde docenten als toereikend voor dit Ad-programma. Alhoewel de vakinhoudelijke kwaliteiten van de docenten op het gebied van marketing en sales ook naar behoren zijn, acht het panel de expertise inzake online marketing en sales binnen het docententeam te beperkt en bepleit het panel op de expertise op dat gebied aan te vullen.

Het panel is te spreken over de toetsing en beoordeling binnen het Ad-programma. Het beleid voldoet. De taakopvatting en werkwijze van de examencommissie en toetscommissie zijn naar behoren. De toetsen in de onderwijseenheden komen overeen met de beoogde eindkwalificaties. Het niveau van de toetsen voldoet. Het opstellen en beoordelen van toetsen gebeurt verantwoord. Ook ziet het Ad-programma toe op de kwaliteiten van de examinatoren. De verscheidenheid van toetsen is positief, omdat verschillende elementen van kennis en vaardigheden van de studenten getoetst worden. Ook de procedures voor de beoordeling van de afstudeeropdracht zijn toereikend.

Het panel beoordeelt de kwaliteit van het nieuwe Ad-programma Online Marketing en Sales van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen als voldoende onder voorwaarden. De door het Ad-programma te vervullen voorwaarden zijn de volgende.

- Ontwikkelen van een duidelijke visie op het tweede jaar van het curriculum voor de twee specialisaties van het Ad-programma.
- Zorgen voor het proces dat het Ad-programma tot de adequate invulling van het tweede jaar in bovenbedoelde zin kan komen en garanties bieden bij de inzet van docenten en de betrokkenheid van het werkveld voor de continue actualisering die een domein zoals online marketing en sales behoeft.

Het panel adviseert daarom de NVAO positief onder voorwaarden te besluiten over deze aanvraag. Het panel meent dat het Ad-programma in staat geacht moet worden binnen twaalf maanden na het besluit van de NVAO aan deze voorwaarden voldaan te hebben.

#### *Advies van het panel*

Het panel adviseert de NVAO om voldoende onder voorwaarden te besluiten ten aanzien van de kwaliteit van het nieuwe associate-degreeprogramma Online Marketing en Sales van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

**Besluit**

Ingevolge het bepaalde artikel 5a.13, vijfde lid, in verbinding met artikel 5a.10, derde lid van de WHW heeft de NVAO het college van bestuur van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen te Arnhem in de gelegenheid gesteld zijn zienswijze op het voornemen tot besluit van 3 april 2017 naar voren te brengen. Bij e-mail van 12 april 2017 heeft het college van bestuur ingestemd met het voornemen tot besluit.

De NVAO besluit de aanvraag beperkte Toets nieuw Associate-degreeprogramma Online Marketing en Sales (120 EC; variant: deeltijd, duaal; locatie: Arnhem) van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen te Arnhem als voldoende onder voorwaarden te beoordelen. De voorwaarden zijn:

- Ontwikkelen van een duidelijke visie op het tweede jaar van het curriculum voor de twee specialisaties van het Ad-programma.
- Zorgen voor het proces dat het Ad-programma tot de adequate invulling van het tweede jaar in bovenbedoelde zin kan komen inclusief de waarborgen dat het beoogde eindniveau wordt behaald.
- Garanties bieden bij de inzet van docenten en de betrokkenheid van het werkveld voor de continue actualisering die een domein zoals online marketing en sales behoeft.

De termijn waarbinnen aan deze voorwaarden moet zijn voldaan bepaalt de NVAO op twaalf maanden.

Uiterlijk 6 (zes) maanden voor afloop van de termijn van de voorwaarden, levert de instelling documentatie aan de NVAO waarin zij aangeeft hoe aan de voorwaarden is voldaan.

Graad: AD

Croho-onderdeel: Economie

Van kracht tot en met 27 april 2018.

Den Haag, 28 april 2017

De NVAO  
Voor deze:



R.P. Zevenbergen  
(bestuurder)

Tegen dit besluit kan op grond van het bepaalde in de Algemene wet bestuursrecht door een belanghebbende bezwaar worden gemaakt bij de NVAO. De termijn voor het indienen van bezwaar bedraagt zes weken.

Onderwerp	Standaarden	Oordeel
<b>1 Beoogde eindkwalificaties</b>	De beoogde eindkwalificaties van de opleiding zijn wat betreft inhoud, niveau en oriëntatie geconcretiseerd en voldoen aan internationale eisen	voldoende
<b>2 Onderwijsleeromgeving</b>	Het programma, het personeel en de opleidingsspecifieke voorzieningen maken het voor de instromende studenten mogelijk de beoogde eindkwalificaties te realiseren	onvoldoende
<b>3 Toetsing</b>	De opleiding beschikt over een adequaat systeem van toetsing	voldoende
<b>Algemene conclusie</b>		<b>voldoende onder voorwaarden</b>

Pagina 6 van 6 **Bijlage 2: Samenstelling panel**

- prof.dr. A. Lievens, gewoon hoogleraar Marketing en voorzitter departement Marketing, Universiteit Antwerpen (voorzitter);
- dr. G. van der Veen, lector Marketing, Marktonderzoek en Innovatie, Hogeschool Utrecht en partner bij marketingadviesbureau Highvalue in Amsterdam (panellid);
- C. ten Thije, adviseur en coach voor prestatieverbetering van organisaties en personen (panellid);
- E. Moor, onderwijsmanager Ad-programma Office Management, Hogeschool Rotterdam (panellid);
- L. van Laar, student bachelor Muziekwetenschap, Universiteit van Amsterdam, bachelor Wijsbegeerte, Universiteit Leiden en minor Bestuurs- en Organisationswetenschap, Universiteit Utrecht (student-lid).

Het panel werd terzijde gestaan door mr. M.P. van den Bos en drs. G.H. Lansink, beiden beleidsmedewerker NVAO, als procescoördinator. Drs. W. Vercouteren RC was extern secretaris.