

Ad-programma Sales en Accountmanagement Hogeschool Rotterdam

10 mei 2016

NVAO beperkte Toets nieuw Ad-programma

Paneladvies

1	Samenvattend advies	3
2	Werkwijze panel	5
3	Beschrijving van het Ad-programma	6
	3.1 Algemeen	6
	3.2 Profiel instelling	6
	3.3 Profiel Ad-programma	6
4	Beoordeling Ad-programma	8
	4.1 Beoogde eindkwalificaties	8
	4.2 Onderwijsleeromgeving	11
	4.3 Toetsing	14
	4.4 Aanbevelingen	16
	4.5 Algemene conclusie over kwaliteit Ad-programma	16
5	Overzicht oordelen	17
	Bijlage 1: Samenstelling panel	18
	Bijlage 2: Programma locatiebezoek	19
	Bijlage 3: Overzicht van bestudeerde documenten	20
	Bijlage 4: Lijst met afkortingen	21

1 Samenvattend advies

De Hogeschool Rotterdam heeft bij de NVAO een aanvraag ingediend voor de beperkte toetsing van het nieuwe Ad-programma voor het Associate-degreeprogramma Sales en Accountmanagement. 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 weer die de basis zijn van het advies van het panel aan de NVAO over dit Ad-programma.

In de naam van het Ad-programma Sales en Accountmanagement is naar het oordeel van het panel de relatie met de bacheloropleiding Commerciële Economie voldoende te zien. Het panel beschouwt deze naam als passend voor de inhoud van het Ad-programma.

Het panel acht het ontwikkelproces dat voor het Ad-programma is doorlopen, gedegen en heeft met name ook waardering voor het intensieve overleg tussen het Ad-programma en de vertegenwoordigers van het relevante beroepenveld.

De doelstellingen van het Ad-programma om de studenten voor te bereiden op een positie op de arbeidsmarkt en hen daarnaast de mogelijkheid te geven door te stromen naar de bacheloropleiding Commerciële Economie zijn positief. Ook de door het Ad-programma nagestreefde doelstelling van opscholing van studenten met een vooropleiding mbo-4 naar functies met meer complexiteit en verantwoordelijkheid wordt door het panel gewaardeerd.

De eindkwalificaties van het Ad-programma en de daarbij behorende prestatie-indicatoren zijn een passende beschrijving van wat de afgestudeerden van dit programma zich eigen gemaakt moeten hebben. De eindkwalificaties sluiten aan bij de competenties van het landelijk profiel voor de opleidingen Commerciële Economie. Het Ad-programma richt zich evenwel met name op verkoop (sales en accountmanagement). Daardoor verschillen de eindkwalificaties behoorlijk van die van de bacheloropleiding en heeft het Ad-programma een krachtig eigen profiel.

Het Ad-programma heeft het verschil in reikwijdte en niveau tussen de Ad-afgestudeerden en de afgestudeerden van de bacheloropleiding en van mbo-4 naar behoren beschreven. Ook is het niveau van het Ad-programma aangetoond door de afstemming op niveau 5 van het Nederlandse Kwalificatieraamwerk en op de Dublin-descriptoren short cycle.

De toelatingsprocedure van het Ad-programma is gepast. Het Ad-programma houdt zich aan de wettelijke eisen voor toelating tot een hbo-opleiding en ziet daarnaast goed toe op de inrichting van de werkomgeving van de studenten. Het panel is zeer te spreken over het Workforce Development Center waarmee de Rotterdam Academy studenten ondersteunt bij het vinden van opdrachten in de praktijk, mochten ze tijdelijk geen baan hebben. Dit Ad-programma zal niet bedoeld zijn voor de studenten van één of enkele organisaties.

Het curriculum sluit aan bij de eindkwalificaties en is in de ogen van het panel boeiend en innovatief. De studenten doorlopen in integraal opgebouwde modules van 15 EC de verschillende fasen van het verkoopproces waarin de kennis, inzichten, toepassing en vaardigheden op dat gebied goed aan bod komen. De verbinding van het curriculum van het Ad-programma met de beroepspraktijk is in de ogen van het panel sterk. Ruim de helft van

het curriculum vindt plaats in de praktijk. Het niveau van de literatuur voldoet en er zijn voldoende waarborgen voor de actualiteit van het programma.

Doordat het curriculum van het Ad-programma als gevolg van andere modules en een apart afstudeerproject flink afwijkt van de eerste twee jaar van de bacheloropleiding Commerciële Economie kan zonder twijfel gesproken worden van een eigenstandig programma.

Het panel heeft geen doorstroomprogramma aangetroffen en beveelt aan dat alsnog uit te werken, temeer daar wellicht nog enkele competenties aanvullend daarin afgedekt moeten worden. Het panel heeft er overigens vertrouwen in dat het Ad-programma tot een passend doorstroomprogramma kan komen.

Het didactisch concept van het Ad-programma en de werkvormen sluiten aan op het curriculum. De maatregelen inzake de studeerbaarheid en studiebegeleiding zijn gepast.

Het docententeam is naar de waarneming van het panel een samenhangend en enthousiast team. De curricula vitae van de docenten wijzen op meer dan voldoende vakinhoudelijke kennis, ervaring in de beroepspraktijk en didactische capaciteiten. Ook beschikt ruim 70 % van hen over een vooropleiding op masterniveau. Als verdere versterking van het docententeam bepleit het panel zich aan te sluiten bij beroepsverenigingen op dit gebied.

Het Ad-programma heeft in het toetsplan een duidelijke visie op toetsing gegeven, de procedures naar behoren neergelegd en de toetsvormen en het afstuderen gepast verwoord. De voornemens van het Ad-programma om de validiteit, betrouwbaarheid en transparantie van de toetsing te waarborgen wekken vertrouwen. Het panel gaat er wel van uit dat de toetsmatrijzen en de beoordelingsformulieren, die nog niet helemaal gereed zijn, tijdig voor de start van het Ad-programma klaar zullen zijn. Het panel heeft veel vertrouwen in de examencommissie en de toetscommissie. Deze zijn goed ingericht en zullen op een verantwoorde wijze op de procedures en de kwaliteit van de toetsing toezien.

De toetsvormen van de modules sluiten aan op de leerstof. Het panel is positief over de integrale toetsing in de vorm van opdrachten en beroepsproducten, de voornaamste toetsvormen in het Ad-programma maar beveelt wel aan het element kennis in de toetsen nader te expliciteren. De beoordeling van het afstuderen geschiedt zorgvuldig met steeds twee examinatoren.

Het panel heeft met instemming vastgesteld dat alle eindkwalificaties ook voor het afstuderen op het beoogde niveau afgetoetst worden.

Het panel komt tot het oordeel voldoende voor de kwaliteit van het nieuwe Associate-degreeprogramma Sales en Accountmanagement van de Hogeschool Rotterdam en geeft de NVAO het advies positief over de aanvraag te besluiten.

Den Haag, 10 mei 2016

Namens het panel dat de beperkte toetsing van het nieuwe Associate-degreeprogramma Sales en Accountmanagement van de Hogeschool Rotterdam heeft uitgevoerd.

Prof. dr. W. Nonneman
(voorzitter)

drs. W. Vercoeteren RC
(secretaris)

2 Werkwijze panel

De NVAO heeft een panel bijeengebracht dat als volgt was samengesteld:

- Prof. dr. W. Nonneman, emeritus hoogleraar Economie met speciale leeropdracht, Universiteit Antwerpen (voorzitter);
- A. van Zutphen, opleidingscoördinator AD Ondernemen en docent Retail, Hogeschool Windesheim Flevoland (panellid);
- P. Claessen, managing director & director new business bij BTG, Branchevereniging ICT/Telecom Grootgebruikers (panellid);
- S. Markowski, student hbo-bachelor Bedrijfskunde, HZ University of Applied Sciences, Vlissingen (student-lid).

Het panel werd terzijde gestaan door drs. J. Siebenga, procescoördinator namens de NVAO. M.L.V. de Waal MSc MA, beleidsmedewerker NVAO, was als toehoorder bij het locatiebezoek aanwezig. Drs. W. Vercouteren RC was extern secretaris.

Bij de toetsing heeft het panel het Beoordelingskader voor de beperkte Toets nieuw Ad-programma van de NVAO van 9 september 2013 in acht genomen.

Het panel heeft zich aan de hand van de door het Ad-programma verstrekte documenten op de beoordeling voorbereid. De aanvankelijke bevindingen en vragen zijn tussen de leden van het panel uitgewisseld en door de secretaris samengevoegd. Vandaaruit is ook de vraag naar enkele aanvullende documenten aan het Ad-programma gesteld. Het Ad-programma heeft deze documenten tijdig voor het locatiebezoek aan het panel toegestuurd. Een overzicht van de aangeleverde documenten is in bijlage 3 opgenomen. De overige vragen zijn geïnventariseerd door de secretaris en zijn als input voor het locatiebezoek gebruikt. Op 25 april 2016 is het panel bij elkaar geweest. In deze bijeenkomst zijn de eerste bevindingen van het panel nader besproken en is het locatiebezoek voorbereid.

Op 26 april 2016 heeft het panel een locatiebezoek afgelegd. Tijdens dit bezoek is het panel in verschillende gespreksrondes van nadere informatie voorzien en zijn de vraagpunten aan de orde gesteld en in discussie gebracht. Het programma van het bezoek is toegevoegd in bijlage 2.

Na afloop van het locatiebezoek heeft het panel de bevindingen besproken en vertaald naar voorlopige conclusies. De secretaris heeft op basis hiervan een conceptadvies opgesteld dat aan de panelleden is voorgelegd voor commentaar. Vervolgens heeft het panel dit concept van commentaar voorzien, waarna de definitieve tekst is vastgesteld. Uiteindelijk zijn aan de hand van de uitkomsten per standaard beargumenteerde oordelen per onderwerp en een eindoordeel over de kwaliteit van het Ad-programma gegeven. Dit heeft geresulteerd in een definitief paneladvies aan de NVAO op 10 mei 2016. De NVAO legde het paneladvies voor aan de opleiding ter correctie op feitelijke onjuistheden en ontving op 18 mei 2016 de reactie van de opleiding. Die reactie is verwerkt in dit advies.

3 Beschrijving van het Ad-programma

3.1 Algemeen

Instelling:	Hogeschool Rotterdam
Ad-programma:	Sales en Accountmanagement
Variant:	Deeltijd
Afstudeerrichtingen:	Geen
Locatie:	Rotterdam
Studieomvang:	120 EC
CROHO-gebied:	Economie

3.2 Profiel instelling

Het Ad-programma Sales en Accountmanagement is bedoeld een programma te zijn van de Rotterdam Academy, een onderdeel van de Hogeschool Rotterdam.

Getuige haar website heeft de Hogeschool Rotterdam als speerpunten de kwaliteit van haar opleidingen te bestendigen en te verhogen en een voorname rol te spelen in de stad Rotterdam en in de regio Rijnmond. De hogeschool wil doordacht, praktijkgericht en flexibel onderwijs aanbieden op basis van het Rotterdamse Onderwijs Model. In het kwaliteitsprogramma Focus streeft de hogeschool met name een hoger eindniveau van de afgestudeerden en een grotere tevredenheid van de studenten na. In de relatie met de stad en de regio zoekt de hogeschool Rotterdam vooral de verbinding met en de bijdrage aan de maatschappelijke en economische ontwikkelingen in de haven en in Rotterdam-Zuid.

De Hogeschool Rotterdam telt ongeveer 35.000 studenten en stelt 3.000 medewerkers te werk. De hogeschool biedt in totaal ongeveer 90 opleidingen aan in de sectoren kunst, onderwijs, gedrag en maatschappij, gezondheidszorg, economie, techniek en ICT & media. De hogeschool is verdeeld in onderwijsinstellingen, diensten en kenniscentra.

Eén van deze onderwijsinstellingen van de hogeschool is de Rotterdam Academy. Dat is een samenwerkingsverband tussen de hogeschool en de regionale opleidingscentra Zadkine en Albeda College. De Rotterdam Academy is gericht op het aanbieden van Ad-programma's. Volgens de hogeschool vergemakkelijkt de samenwerking met de mbo-instellingen de stap van studenten van het mbo- naar het hbo-onderwijs in de vorm van de Ad-programma's.

3.3 Profiel Ad-programma

Het hier beoogde Ad-programma Sales en Accountmanagement is voor de Hogeschool Rotterdam een nieuw programma. In Nederland is het niet nieuw. Er zijn reeds hogescholen die een dergelijk programma, al of niet onder deze naam, aanbieden.

De eindkwalificaties van het Ad-programma Sales en Accountmanagement vragen van de afgestudeerden dat zij over een aantal competenties beschikken. De eindkwalificaties zijn de volgende, met toegevoegd de prestatie-indicatoren voor elk van de eindkwalificaties.

- Analyseren. Het vermogen om complexe vraagstukken uiteen te rafelen in de hoofd- en bijzaken. Informatie uit diverse bronnen vergaren en verwerken om inzicht in de

bestaande en gewenste situatie van het salesprobleem of –vraagstuk te verkrijgen. Hoofd- en bijzaken onderscheiden en van daaruit afgeleide feiten beoordelen. Verbanden leggen tussen de verzamelde salesgegevens vanuit verschillende invalshoeken. Gefundeerde conclusies trekken.

- Creëren. Het vermogen oplossingen te creëren voor vraagstukken. Uitkomsten interpreteren en tot een oplossing komen waarbij alternatieven getoetst en tegen elkaar afgewogen zijn. De aangeleerde vaardigheden en kennis zelfstandig inzetten bij het oplossen van een salesprobleem of –vraagstuk. De oplossing op een creatieve manier uitwerken en tot een concreet plan komen.
- Communiceren. Het vermogen doelgericht te communiceren binnen de eigen werkomgeving en met direct betrokkenen, op basis van in de context en beroepspraktijk geldende conventies. Salesgerichte informatie overbrengen naar klanten, collega's, leveranciers en andere belanghebbenden op een, voor de doelgroep passende wijze. In verschillende omstandigheden en beroepssituaties effectieve mondelinge en schriftelijke communicatie kiezen en gebruiken (gesprekken voeren, luisteren en schrijven). Gedurende het verkoopproces relaties bouwen en versterken.
- Professioneel handelen. Het vermogen om in een beroepsomgeving te functioneren als beginnend beroepsbeoefenaar. In een multidisciplinaire omgeving als schakel fungeren en met belanghebbenden (klanten, opdrachtgevers, leveranciers, betrokkenen, collega's) afstemmen. De bereidheid tonen de opgedane saleskennis en –vaardigheden in te zetten tijdens het verkooptraject. Over een saleshouding en –vaardigheden beschikken. Openstaan voor samenwerking in multidisciplinaire teams (bijvoorbeeld de marketing- en salesafdeling) en met belanghebbenden (klanten, opdrachtgevers, leveranciers, betrokkenen, collega's) afstemmen.
- Leren. Het vermogen om het eigen handelen en dat van anderen af te stemmen op doelen en werk- en leerprocessen die daarmee samenhangen. Van ervaringen leren en het geleerde weten toe te passen in nieuwe situaties. Anticiperen op eisen die eventueel gesteld gaan worden, zowel in het huidige als in het toekomstig functioneren. Op de eigen werkwijze en op de gevolgen daarvan reflecteren en op grond daarvan het handelen bijsturen.

Het curriculum van het Ad-programma is als volgt opgebouwd:

Onderdelen van curriculum	Studiepunten
Oriëntatie Sales en Vaardigheden 1	15 EC
Klant en Vaardigheden 2	15 EC
Product en Vaardigheden 3	15 EC
Toolkit en Vaardigheden 4	15 EC
Totaal eerste jaar	60 EC
Gesprek en Vaardigheden 5	15 EC
Contract en Vaardigheden 6	15 EC
Aftersales en Vaardigheden 7	15 EC
Portfolio showcase en performance assessment	15 EC
Totaal tweede jaar	60 EC
Totaal Ad-programma	120 EC

4 Beoordeling Ad-programma

Van toepassing is het Beoordelingskader voor de 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' 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 het panel een gemotiveerd oordeel op een tweepuntschaal: onvoldoende of voldoende. Vervolgens geeft het panel een gemotiveerd eindoordeel over de kwaliteit van het Ad-programma. Daarbij heeft het panel de keuze tussen onvoldoende, voldoende onder voorwaarden en voldoende.

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 Ad-programma 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 Ad-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 management van het Ad-programma Sales en Accountmanagement heeft in 2014 een onderzoek laten uitvoeren in het beroepenveld. Mede op basis van de uitkomsten daarvan hebben in de eerste helft van 2015 intensieve consultaties met vertegenwoordigers van het relevante, afnemende werkveld plaatsgevonden. Zij hadden in de beroepenveldcommissie van het Ad-programma zitting, die zeer regelmatig hierover heeft vergaderd. Het doel van

de consultaties was te komen tot een beroepsprofiel van de afgestudeerde van dit Ad-programma. Naast de vertegenwoordigers van het beroepenveld heeft het Ad-programma met het oog op de totstandkoming van het beroepsprofiel ook overleg gevoerd met een aantal regionale opleidingscentra (instellingen van mbo-onderwijs) in Zuid-Holland en met de curriculumcommissie van de bacheloropleiding Commerciële Economie van de Hogeschool Rotterdam. In dit proces heeft het Ad-programma aandacht geschonken aan het vigerende landelijk beroeps- en competentieprofiel voor de bachelor Commerciële Economie uit 2012 en aan de niveaubepalingen voor Ad-afgestudeerden.

Op basis van de uitkomsten van deze onderzoeken en consultaties heeft het Ad-programma een beroepsprofiel van de afgestudeerden van dit programma opgesteld. In dit profiel ligt de nadruk op de component verkoop ofwel sales resp. accountmanagement. In deze keuze onderscheidt het Ad-programma zich van de bacheloropleiding Commerciële Economie, die breder is en ook onder meer marketing omvat. Eén van de belangrijke redenen om te kiezen voor verkoop (sales/accountmanagement) is het vermoedelijke perspectief op de arbeidsmarkt van de afgestudeerden van het Ad-programma. Volgens een onderzoek uit 2012 vinden veel afgestudeerden van de bacheloropleiding een baan in de verkoop. Ook volgens de vertegenwoordigers van het beroepenveld met wie het panel heeft gesproken, zijn de perspectieven op de arbeidsmarkt voor Ad-afgestudeerden met deze capaciteiten gunstig.

Het hier voorgedragen deeltijdse Ad-programma richt zich met name op personen die al werkzaam zijn in dit beroepenveld en die over een relevante opleiding op mbo-niveau beschikken. Een belangrijk doel van dit Ad-programma is deze studenten de gelegenheid te bieden zich verder in het beroepenveld te ontwikkelen en door opscholing functies met meer complexiteit en meer verantwoordelijkheid te vervullen. Zo hebben de vertegenwoordigers van het Ad-programma en van het werkveld dat bij het panel naar voren gebracht. Het Ad-programma heeft daaraan toegevoegd dat het ook mogelijk is voor Ad-afgestudeerden om door te stromen naar de bacheloropleiding Commerciële Economie.

In het geval dat de Ad-studenten na hun afstuderen kiezen voor de arbeidsmarkt en niet doorstuderen aan de bacheloropleiding, zijn ze volgens het Ad-programma in staat functies als sales representative, commercieel medewerker binnendienst, commercieel medewerker buitendienst, medewerker relatiebeheer, junior salesmanager, klantbeheerder of accountmanager te vervullen.

Gezien de genoemde doelstellingen, heeft het Ad-programma in samenspraak met het werkveld de competenties voor de afgestudeerden ofwel de eindkwalificaties voor het programma opgesteld (zie voor de opsomming daarvan § 3.3 van dit rapport). De eindkwalificaties hebben een generiek karakter. In de daarbij behorende prestatie-indicatoren zijn de eindkwalificaties verder gedetailleerd en in verband gebracht met het gebied van de verkoop. De eindkwalificaties zijn ontleend aan het verkoopproces en de fasen die daarin gewoonlijk worden onderscheiden.

Het Ad-programma heeft de eindkwalificaties afgezet tegen de competenties van het landelijk beroeps- en competentieprofiel voor de opleidingen Commerciële Economie. Uit de betreffende vergelijking komt naar voren dat de eindkwalificaties in voldoende mate met de landelijke competenties overeenstemmen.

Het niveau dat voor de afgestudeerden van het Ad-programma beoogd wordt, is niveau 2 in termen van het landelijk profiel Commerciële Economie voor alle competenties behalve die betreffende marktonderzoek, die zij op niveau 1 moeten beheersen. Dat onderscheidt zich van niveau 3 dat door de afgestudeerden van de bacheloropleiding wordt bereikt. De indicatoren aan de hand waarvan het niveau wordt bepaald, zijn complexiteit van de taak, de context en de mate van zelfstandigheid.

Het Ad-programma heeft beschrijvingen opgesteld waarin de Ad-afgestudeerden worden vergeleken met de afgestudeerden van de bacheloropleiding en daarnaast ook met de afgestudeerden op het niveau van mbo-4. Uit deze beschrijvingen blijken de verschillen tussen deze drie groepen, die kunnen worden samengevat als de verschillen tussen operationeel niveau (mbo-4), operationeel/tactisch niveau (Ad-programma) en tactisch/strategisch niveau (bachelor).

Daarnaast heeft het Ad-programma de vergelijking tussen de eindkwalificaties en de indicatoren voor niveau 5 van het Nederlandse Kwalificatieraamwerk en de Dublin-descriptoren short cycle in beeld gebracht.

Overwegingen

In de naam Sales en Accountmanagement van het Ad-programma is de relatie met de bacheloropleiding Commerciële Economie voldoende zichtbaar.

Het panel heeft kennisgenomen van het ontwikkelproces dat door het management van het Ad-programma is doorlopen om tot dit programma te komen en acht dit proces verantwoord en gedegen. Met name ook het intensieve overleg met de vertegenwoordigers van het werkveld wordt door het panel als zorgvuldig en goed uitgewerkt beschouwd. Daardoor kunnen de doelstellingen en de inhoud van het Ad-programma als goed onderbouwd worden gezien.

Het panel staat positief tegenover de tweeledige doelstelling van het Ad-programma om de studenten zowel voor te bereiden op een positie op de arbeidsmarkt als hen de mogelijkheid te geven door te stromen naar de bacheloropleiding Commerciële Economie. De door het Ad-programma uitgevoerde analyses en de bevestiging die de vertegenwoordigers van het beroepenveld daarvan tegenover het panel gaven, wijzen overtuigend in de richting van de gunstige mogelijkheden voor de afgestudeerden op de arbeidsmarkt. De functies waartoe het Ad-programma zegt op te leiden, komen het panel als realistisch voor. De door het Ad-programma nagestreefde doelstelling van opscholing van studenten met een vooropleiding mbo-4 naar functies met meer complexiteit en verantwoordelijkheid waardeert het panel als positief.

De eindkwalificaties van het Ad-programma zijn volgens het panel in overeenstemming met de doelstellingen. Het panel ziet in de eindkwalificaties en de daarbij behorende prestatie-indicatoren een passende beschrijving van wat de afgestudeerden van dit programma zich eigen gemaakt moeten hebben. De relatie die het Ad-programma heeft gelegd met de stappen in het verkoopproces zorgt in de ogen van het panel voor een goede onderbouwing van deze eindkwalificaties. De eindkwalificaties verschillen behoorlijk van die van de bacheloropleiding waardoor het Ad-programma een krachtig eigen profiel heeft.

Het panel heeft kennisgenomen van de vergelijking door het Ad-programma tussen de eindkwalificaties van het programma en de competenties van het landelijk profiel voor de

opleidingen Commerciële Economie en heeft de overeenstemming tussen deze beide vastgesteld. Omdat het Ad-programma zich met name richt op de competenties inzake verkoop (sales en accountmanagement) treden de overige beroepsrollen binnen het landelijk profiel minder op de voorgrond.

Volgens het panel heeft het Ad-programma het verschil in reikwijdte en niveau tussen de Ad-afgestudeerden en de afgestudeerden van de bacheloropleiding goed in beeld gebracht en beargumenteerd. Ook het verschil met de afgestudeerden van mbo-4 is naar behoren beschreven. Daarnaast acht het panel het niveau van het programma inderdaad het niveau van een Ad-programma, zoals naar behoren aangetoond door de vergelijking met niveau 5 van het Nederlandse Kwalificatieraamwerk en met de Dublin-descriptoren short cycle.

Conclusie

Het panel beoordeelt op grond van bovenstaande overwegingen deze standaard als voldoende.

4.2 Onderwijsleeromgeving

4.2.1 Standaard 2

Het Ad-curriculum, het personeel en de onderwijsspecifieke voorzieningen maken het voor de instromende studenten mogelijk de beoogde eindkwalificaties te realiseren.

Bevindingen

Het Ad-programma voldoet aan de wettelijke toelatingseisen. Dat betekent dat de studenten een vooropleiding op het niveau van mbo-4, havo of vwo moeten hebben. Ook worden aanvullende eisen aan de studenten gesteld. Zo dienen zij over een geschikte, voor dit vakgebied relevante werkomgeving te beschikken. De werkomgeving moet een baan omvatten van minstens 20 uur, een veilig leerklimaat bieden, de mogelijkheid geven te werken aan taken en problemen die van belang zijn voor dit beroepenveld, met hedendaagse instrumenten, methoden en apparatuur te werken en taken uit te voeren en vraagstukken te behandelen die in complexiteit en zelfstandigheid gelijke tred houden met de ontwikkeling van de studenten in het Ad-programma. Mochten studenten hun baan verliezen, dan dienen zij binnen drie maanden een nieuwe betrekking te vinden, die ook aan deze eisen voldoet. De studenten kunnen dan desgewenst ook een beroep doen op het Workforce Development Center van de Rotterdam Academy dat opdrachten voor studenten bij organisaties werft.

Het curriculum van het Ad-programma is opgedeeld in modules met een tamelijk grote omvang van 15 EC per module. In elke periode van acht weken wordt één module behandeld. De modules weerspiegelen de fasen in het verkoopproces (klant/verkenning, product/analyse, toolkit/voorbereiding, verkoop/gesprek, contract/realisatie, after-sales/evaluatie). De reden dat de modules zo zijn ingericht, is een onderwijskundige. Het didactisch model van het Ad-programma is het 4C/ID-model van Van Merriënboer. Daarin worden de studenten in iedere periode complete beroepstaken aangeboden, die steeds met één van de fasen van het verkoopproces overeenkomen. De studenten leren de verschillende aspecten die met de fase van het verkoopproces te maken hebben, kennen en krijgen daar inzicht in. Daarnaast verwerven zij vaardigheden die met de fase van het verkoopproces samenhangen. Zo verwerven zij in de module Klant inzicht in onderwerpen als klantanalyse, marktanalyse en waardenpropositie en doen vaardigheden op als

verkoop, onderhandelen en overtuigen. De studenten krijgen colleges Engels en kunnen extra-curriculair ook andere talen volgen. Het curriculum van het Ad-programma kent een eigen afstudeerproject.

Het Ad-programma heeft een tabel opgesteld waarin de relaties tussen de competenties van het landelijk beroeps- en competentieprofiel Commerciële Economie enerzijds en de modules en de onderdelen van de modules anderzijds zichtbaar gemaakt zijn. In deze tabel is ook te zien op welk niveau de eindkwalificaties gerealiseerd worden. In het begin van het curriculum is dat vooral niveau 1 om aan het einde daarvan voor verreweg de meeste eindkwalificaties niveau 2 te zijn. Daarnaast heeft het Ad-programma aangegeven de leerdoelen van de modules afgestemd te hebben op de eindkwalificaties. In de beschrijvingen van de modules van het eerste jaar die het Ad-programma ter beschikking heeft gesteld, is de relatie met de eindkwalificaties, de leerdoelen van de modules, de leerinhoud daarvan, de relatie met de beroepspraktijk, de werkvormen, de toetsvormen en de literatuur vermeld. Het Ad-programma beoogt de actualiteit van het curriculum te bewaken en zal daartoe contact onderhouden met de bacheloropleiding Commerciële Economie en met verwante Ad-programma's, zoals het Ad-programma Ondernemen.

Het curriculum is sterk verbonden met de beroepspraktijk door het grote aandeel dat het leerproces op de werkplek van de studenten heeft. Daarnaast hebben alle docenten ervaring in de beroepspraktijk of zijn zij nog steeds werkzaam in de praktijk. Tot slot zal de beroepenveldcommissie geraadpleegd kunnen worden.

Ook al zijn er belangrijke verschillen tussen het curriculum van het Ad-programma en dat van de bacheloropleiding, toch kunnen de Ad-afgestudeerden volgens het management van het Ad-programma drempelloos ofwel met 30 EC aanvullend naar de bacheloropleiding doorstromen. Dat kan door de stage of de minor in de bacheloropleiding te gebruiken voor het onderwijs in ontbrekende onderwerpen als kwantitatief marktonderzoek. Het panel heeft overigens geen uitgewerkt doorstroomprogramma aangetroffen.

Het management van het Ad-programma heeft het panel laten weten een programma met open inschrijving na te streven en niet de bedoeling te hebben zich op studenten van één specifieke organisatie te richten.

Zoals gezegd, is het didactisch concept van het Ad-programma gebaseerd op het 4C/ID-model van Van Merriënboer. Dat impliceert een integrale behandeling van elk van de fasen van het verkoopproces in elk van de modules, die uiteenvalt in verschillende componenten, zoals kennis, inzicht, toepassing en vaardigheden. De daarbij behorende werkvormen zijn hoorcolleges en werkcolleges (kennis, inzicht), uit te voeren opdrachten en te maken beroepsproducten (toepassing) en workshops (vaardigheden). Daarnaast stellen de studenten een persoonlijk ontwikkelingsplan op en vergaren zij bewijzen voor hun lerend vermogen en professioneel handelen in het door hen bij te houden portfolio. Het werken aan het portfolio strekt zich over het gehele curriculum van twee jaar uit.

Iedere week van de acht weken waarin een module gegeven wordt, volgen de studenten een dag college (iets minder dan acht uur). De studenten studeren aan de Rotterdam Academy die speciaal is opgericht voor Ad-programma's. De studenten krijgen college in eigen, aparte groepen die los van de bacheloropleidingen staan. Het totaal aantal contacturen is 300 uur in het eerste jaar en 250 uur in het tweede jaar. De overige leeractiviteiten vinden in de praktijk van de werkomgeving van de studenten plaats. Het Ad-

programma gaat ervan uit dat de studenten gemiddeld 20 uur per week aan de studie besteden. Om het studieverloop te bevorderen hanteert het Ad-programma in lijn met het beleid van de Hogeschool Rotterdam een bindend studieadvies van 48 EC aan het einde van het eerste jaar. De beoogde student-docentratio is 25. De studenten met wie het panel heeft gesproken en die aan aanverwante (deeltijdese) opleidingen studeren, omschrijven de combinatie van studeren en werken als zwaar maar wel haalbaar.

Tijdens de collegedagen is tijd ingeruimd voor studieloopbaancoaching. Iedere student heeft een coach die de student onder meer begeleidt bij het verwerven van leervaardigheden en het samenstellen van het portfolio. Daarnaast neemt de coach iedere periode contact op met de student en ook met de praktijkbegeleider van de student op de werkplek om de leeractiviteiten in de beroepspraktijk te monitoren. De studenten hebben desgevraagd aan het panel laten weten de docenten goed benaderbaar te vinden en de begeleiding als intensief en persoonlijk te ervaren. Daarnaast vormen de studenten leerteams van drie tot vier studenten die elkaar ondersteunen. De ervaringen bij andere Ad-programma's van de Rotterdam Academy met de leerteams zijn positief.

Het docententeam is samengesteld uit interne en externe docenten. De eersten zijn in dienst van de Rotterdam Academy, terwijl de externe docenten uit de beroepspraktijk afkomstig zijn. De interne docenten hebben overigens overwegend ook ervaring in de praktijk. Hun expertise op het gebied van de vakinhoud dient gewaarborgd te zijn. Van de docenten wordt een opleiding op ten minste masterniveau verwacht. De Rotterdam Academy biedt voldoende mogelijkheden voor scholing en training van de docenten.

Overwegingen

Het panel acht de toelatingsprocedure van het Ad-programma naar behoren. Niet alleen houdt het Ad-programma zich aan de wettelijke eisen voor toelating tot een hbo-opleiding maar ook wordt nauwgezet naar de inrichting van de werkomgeving gekeken. De criteria die daarvoor zijn opgesteld, zijn helder en worden adequaat toegepast. Het panel is zeer te spreken over het Workforce Development Center waarmee de Rotterdam Academy studenten ondersteunt bij het vinden van opdrachten in de praktijk, als ze tijdelijk geen baan hebben.

Het panel typeert het curriculum als boeiend. Het is innovatief te noemen dat de studenten in integraal opgebouwde modules van 15 EC de verschillende fasen van het verkoopproces doorlopen. De opbouw van het curriculum is daardoor helder en ook de samenhang is gewaarborgd. De verschillende kanten van de fasen van het verkoopproces in de vorm van kennis, inzichten, toepassing en vaardigheden komen goed aan bod. Het panel is te spreken over de kwaliteit van de voorgeschreven literatuur. Daarnaast verwacht het panel dat het Ad-programma zal zorgen voor een actueel curriculum.

Het curriculum van het Ad-programma wijkt behoorlijk af van dat van de eerste twee jaren van de bacheloropleiding Commerciële Economie. Dat geldt voor de verschillende modules die verschillend zijn en ook voor het eigen afstudeerproject. Daardoor kan in de ogen van het panel zonder twijfel gesproken worden van een eigenstandig programma.

Naar de mening van het panel sluit de inhoud van het curriculum naar behoren aan bij de beoogde eindkwalificaties. Het curriculum is afgestemd op de competenties van het landelijk beroeps- en competentieprofiel Commerciële Economie en, zoals bij standaard 1 gezegd is, komt het landelijk profiel overeen met de eindkwalificaties van het Ad-programma.

De verbinding van het curriculum van het Ad-programma met de beroepspraktijk is in de ogen van het panel sterk. Ruim de helft van het curriculum vindt plaats in de praktijk en in de colleges wordt het verband daarmee gelegd. Alle docenten hebben ervaring in het relevante werkveld. De werkveldcommissie zal bij het programma betrokken blijven.

Omdat het panel geen doorstroomprogramma heeft aangetroffen en omdat verschillende uitspraken zijn gedaan over de omvang van dat programma, beveelt het panel aan het doorstroomprogramma uit te werken, temeer daar wellicht nog enkele competenties aanvullend daarin afgedekt moeten worden. Het panel heeft er overigens vertrouwen in dat het Ad-programma tot een passend doorstroomprogramma kan komen.

Dit Ad-programma zal volgens het panel voor alle toelaatbare studenten open staan en zal niet bedoeld zijn voor de studenten van één of enkele organisaties.

Het didactisch concept in de vorm van het 4 C/ID model van Van Merriënboer ligt mede aan de opbouw van het curriculum ten grondslag en sluit om die reden daar goed op aan. De werkvormen zijn verscheiden en zijn elk voor zich afgestemd op de inhoud van de over te dragen kennis, inzichten, toepassing of vaardigheden.

Het panel beschouwt de voorgenomen maatregelen om de studeerbaarheid van het Ad-programma te bevorderen, als gepast. Ook is het panel positief over de studiebegeleiding voor de studenten.

Het panel heeft het docententeam in de gesprekken als een samenhangend en enthousiast team ervaren. Op basis van de curricula vitae van de docenten en op grond van het gesprek dat met een aantal van hen is gevoerd, acht het panel de docenten toegerust voor hun taken in dit programma. De vakinhoudelijke kennis, de ervaring in de beroepspraktijk en de didactische capaciteiten van de docenten zijn buiten kijf. Daarnaast beschikt ruim 70 % van hen over een vooropleiding op masterniveau. De docenten hebben genoeg mogelijkheden voor scholing. Als verdere versterking van het docententeam bepleit het panel zich ook aan te sluiten bij beroepsverenigingen op dit gebied.

Conclusie

Het panel beoordeelt op grond van bovenstaande overwegingen deze standaard als voldoende.

4.3 Toetsing

4.3.1 Standaard 3

Het Ad-programma beschikt over een adequaat systeem van toetsing.

Bevindingen

Het Ad-programma heeft een toetsplan opgesteld. Dat plan is afgestemd op het toetsbeleid van de Rotterdam Academy. In het toetsplan zijn onder meer uitgewerkt de visie op toetsen van het Ad-programma en de procedures rond toetsen en beoordelen. Ook zijn in het plan opgenomen de vormen van toetsing in het Ad-programma en de opbouw van het afstudeerproject.

Het toezicht op de kwaliteit van de toetsen, het gerealiseerde eindniveau van de studenten en de procedures rond toetsing en beoordeling is in handen van de examencommissie. Dit is overigens de examencommissie van het Instituut Commercieel Management. De examencommissie benoemt ook de examinatoren. Met de controle op de kwaliteit en het niveau van de toetsen is de toetscommissie namens de examencommissie belast. De examencommissie zal steekproefsgewijze het afstuderen beoordelen.

De procedures rond toetsing en beoordeling zijn bedoeld om tot een valide, betrouwbare en transparante toetsing te komen. Om de validiteit van de toetsen te bewaken zijn de toetsen afgestemd op de leerdoelen van de module en werken de opstellers met een toetsmatrijs. Toetsen worden voordat ze afgenomen worden door een andere docent bekeken en door de preview-commissie op toetstechnische aspecten beoordeeld. Bij de beoordeling van de toetsen hanteren de examinatoren een beoordelingsformulier met criteria of *rubrics*. De transparantie rond de toetsing wordt bevorderd door de studenten vooraf over de te toetsen leerstof en de toetsvorm in te lichten en hen na het afleggen van de toets feedback over hun resultaat te geven. De examencommissie handelt klachten en bezwaren van studenten af.

De toetsvormen die ter afsluiting van de modules worden ingezet, zijn beroepsproducten, opdrachten en vaardigheidstoetsen. In de beroepsproducten dienen de studenten hun kennis en inzichten en de toepassing daarvan aan te tonen. Deze producten worden door de studenten in de beroepspraktijk vervaardigd. Beroepsproducten zijn onder meer een marktanalyse of een verkoopstrategie. Opdrachten zijn bedoeld om kennis en vaardigheden te beoordelen. In vaardigheidstoetsen tonen de studenten verschillende vaardigheden. Deze toetsen hebben bijvoorbeeld de vorm van een presentatie of een onderhandeling.

Het afstuderen van het Ad-programma bestaat uit twee onderdelen, zijnde het gesprek over het portfolio en het performance assessment. Zoals bij standaard 2 gezegd, werken de studenten de gehele twee jaar van het programma aan hun portfolio. Dat doen zij onder de begeleiding van hun coach. Na het eerste jaar vindt een formatieve beoordeling daarvan plaats. Aan het einde van het tweede jaar wordt het portfolio beoordeeld door een onafhankelijk examiner, niet zijnde de afstudeerbegeleider. Het daarop volgende assessment wordt afgenomen door twee assessoren, zijnde de afstudeerbegeleider en een onafhankelijk examiner uit het werkveld. Het telt voor 30 % mee in het cijfer voor het afstuderen. Daarnaast voeren de studenten het performance assessment uit. Dat is een gesprek met een professioneel acteur op basis van een vooraf te bestuderen casus. Het assessment wordt beoordeeld door twee onafhankelijke assessoren waaronder één uit het werkveld. Dit assessment wordt op video opgenomen om de examencommissie in staat te stellen het gerealiseerde eindniveau te bepalen. Dit deel telt voor 70 % in het afstuderen mee.

Alle eindkwalificaties worden op het beoogde eindniveau van het Ad-programma getoetst voor het afstuderen. De toetsing tijdens het afstuderen is zo te zien als een extra waarborg dat de studenten het beoogde eindniveau hebben bereikt.

Overwegingen

Het panel heeft kennisgenomen van het toetsplan en beoordeelt dat als een volledige en verantwoorde beschrijving van de toetsing en beoordeling in het Ad-programma. In het toetsplan staat een duidelijke visie op toetsing, zijn de procedures naar behoren neergelegd en zijn de toetsvormen en het afstuderen gepast verwoord. Het panel acht de voornemens van het Ad-programma inzake het waarborgen van de validiteit, betrouwbaarheid en

transparantie van de toetsing naar vertrouwenwekkend. In termen van de implementatie van het toetsplan begreep het panel dat de toetsmatrijzen en de beoordelingsformulieren nog niet helemaal gereed zijn. Het panel gaat ervan uit dat deze tijdig voor de start van het Ad-programma klaar zullen zijn.

Gezien de voorgenomen werkwijze van de examencommissie en de toetscommissie, acht het panel het zeer aannemelijk dat deze op een verantwoorde wijze op de procedures en de kwaliteit van de toetsing zullen toezien. Dat is ook zichtbaar in de steekproefsgewijze controle van de toetsen en de afstudeerwerken.

De toetsvormen van de modules sluiten naar het oordeel van het panel aan op de leerstof. Het panel staat positief tegenover de opdrachten en beroepsproducten waarin kennis en vaardigheden integraal worden beoordeeld. Het panel beveelt wel aan het element kennis in de toetsen nader te expliciteren, opdat zeker is dat de kennis naar behoren afgetoetst wordt.

Het panel is te spreken over het innovatieve karakter van het afstuderen in de vorm van een mondeling assessment en de zorgvuldigheid waarmee het afstuderen wordt beoordeeld. Steeds twee examinatoren zijn daarmee belast en de examencommissie kan daarop toezien, omdat van de assessments een video-opname wordt gemaakt. Wel zouden het Ad-programma en de examencommissie nog duidelijkheid moeten scheppen over de status van de examinerator van het afstuderen uit het werkveld.

Het panel heeft met instemming vastgesteld dat alle eindkwalificaties ook voor het afstuderen op het beoogde niveau afgetoetst worden.

Conclusie

Het panel beoordeelt op grond van bovenstaande overwegingen deze standaard als voldoende.

4.4 Aanbevelingen

In dit rapport staan enkele aanbevelingen van het panel aan het management van het Ad-programma. Deze aanbevelingen zijn hieronder samengevat.

- Het doorstroomprogramma naar de bacheloropleiding uitwerken, temeer daar wellicht nog enkele competenties aanvullend daarin afgedekt zullen moeten worden.
- Docenten aansluiting te laten zoeken bij beroepsverenigingen op dit gebied om zo het docententeam nog verder te versterken.
- De component kennis in de toetsing expliciteren.

4.5 Algemene conclusie over kwaliteit Ad-programma

Het panel komt tot het oordeel voldoende over de kwaliteit van dit nieuwe Ad-programma. De verschillende standaarden zijn door het panel alle als voldoende beoordeeld. Bij de standaarden heeft het panel weliswaar een aantal aanbevelingen gedaan. Deze moeten echter eerder gezien worden als punten voor mogelijke verbeteringen van het programma dan als redenen om tot een onvoldoende oordeel op de standaarden of voor het programma als geheel te komen.

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	V
2 Onderwijsleeromgeving	2. Het curriculum, het personeel en de onderwijsspecifieke voorzieningen maken het voor de instromende studenten mogelijk de beoogde eindkwalificaties te realiseren	V
3 Toetsing	3. Het Ad-programma beschikt over een adequaat systeem van toetsing	V
Algemene conclusie		V

V = voldoende O = onvoldoende VOV= voldoende onder voorwaarden

Bijlage 1: Samenstelling panel

De NVAO heeft een panel bijeengebracht dat als volgt was samengesteld:

- Prof. dr. W. Nonneman, emeritus hoogleraar Economie met speciale leeropdracht, Universiteit Antwerpen (voorzitter);
- A. van Zutphen, opleidingscoördinator AD Ondernemen en docent Retail, Hogeschool Windesheim Flevoland (panellid);
- P. Claessen, managing director & director new business, BTG, Branchevereniging ICT/Telecom Grootgebruikers (panellid);
- S. Markowski, student hbo-bachelor Bedrijfskunde, HZ University of Applied Sciences, Vlissingen (student-lid).

Prof. dr. W. Nonneman, voorzitter

De heer Nonneman is emeritus hoogleraar Economie met een speciale leeropdracht aan de Universiteit Antwerpen. Hij promoveerde in de Toegepaste Economie aan deze universiteit en studeerde daarnaast aan de Harvard Graduate School of Business Administration. De heer Nonneman bekleedt verschillende bestuurlijke functies waaronder die van lid van de raad van bestuur van de beursgenoteerde onderneming Fluxys Belgium NV en van CERA BM NV.

A.van Zutphen, panellid

Mevrouw Van Zutphen is opleidingscoördinator van het Ad-programma Ondernemen en docent Retail en studiebegeleider bij het cluster Economie en Management van de Hogeschool Windesheim Flevoland. Eerder was mevrouw Van Zutphen werkzaam als docent Marketing bij Hogeschool Inholland en als accountmanager.

P. Claessen, panellid

Mevrouw Claessen is heden werkzaam als managing director & director new business van BTG, de Branchevereniging ICT/Telecom Grootgebruikers. Zij heeft eerder talrijke bestuurlijke en managementfuncties bekleed. Zo was mevrouw Claessen onder andere directeur van NIMA, het Nederlands Instituut voor Marketing en directeur van SMA, de Sales Management Association.

S. Markowski, student-lid

De heer Markowski is vierdejaars student aan de hbo-bacheloropleiding Bedrijfskunde MER van HZ University of Applied Sciences. Hij is klassenverantwoordelijke en vanaf het begin van zijn studie ook lid van de opleidingscommissie bij deze opleiding. De heer Markowski zet zich in voor de kwaliteit van het onderwijs, mede omdat hij na zijn afstuderen met een opleiding tot docent wil beginnen.

Alle panelleden hebben een onafhankelijkheids- en onpartijdigheidsverklaring ingevuld en ondertekend. Dat geldt ook voor de extern secretaris.

Het panel werd terzijde gestaan door drs. J. Siebenga, procescoördinator namens de NVAO. M.L.V. de Waal MSc MA, beleidsmedewerker NVAO, was als toehoorder bij het locatiebezoek aanwezig. Drs. W. Vercouteren RC was extern secretaris.

Bijlage 2: Programma locatiebezoek

Het panel heeft op 26 april 2016 een bezoek gebracht aan het Ad-programma Sales en Accountmanagement van de Hogeschool Rotterdam. Het locatiebezoek was in Rotterdam en het programma luidde als volgt (namen van gesprekspartners vermeld zonder titulatuur).

08.45 uur	Ontvangst panel
08.45 uur – 10.00 uur	Overleg panel (besloten)
10.00 uur – 11.00 uur	Bestuur en opleidingsmanagement B. Reul (directeur Rotterdam Academy), F. Feuerstake (directeur Instituut Commercieel Management), R. van der Poel (onderwijsmanager), M. van Prooijen (programmamanager)
11.15 uur – 11.45 uur	Vertegenwoordigers werkveld, allen lid beroepenveldcommissie K. de Vos (directeur Retail Loyalty), D. Engelen (directeur mijnZonneveld), M. de Krieger (directeur R3cruit), N. de Wilde (rayonmanager Randstad), J. van Gent (chief operational officer CX Company), R. Droop (chief executive officer Coolmark)
11.45 uur – 12.15 uur	Studenten T. Rietveldt (Ad Ondernemen, voltijd), N. Jagers (Bachelor Small Business en Retail Management, oud-student Ad Ondernemen), P. Shields (Ad Accountancy, deeltijd), D. Remmelts (Ad Ondernemen, dual)
12.15 uur – 13.30 uur	Lunch en documentenonderzoek panel (besloten)
13.30 uur – 14.15 uur	Docententeam A. van Casand (docent, lid curriculumcommissie), J. Sosrojoedo (docent, lid curriculumcommissie), H. van Heeten (docent, lid curriculumcommissie), M. van Prooijen (docent, lid curriculumcommissie), D. Engelen (docent), M. de Krieger (docent)
14.30 uur – 15.00 uur	Examencommissie en kwaliteitszorg E. van Herwijnen (voorzitter examencommissie Instituut Commercieel Management), A. Heij (voorzitter toetscommissie Instituut Commercieel Management), C. Hermans (lid previewcommissie, Rotterdam Academy)
15.00 uur – 16.00 uur	Overleg panel (besloten)
16.00 uur	Korte terugkoppeling van bevindingen door voorzitter van panel aan opleidingsmanagement

Bijlage 3: Overzicht van bestudeerde documenten

Informatiedossier Ad-programma/instelling en aanvullende documenten

- Informatiedossier Beperkte Toets Nieuw Ad-programma Sales en Accountmanagement
- Domeinspecifiek referentiekader en eindkwalificaties Ad-programma en bacheloropleiding
- Documenten arbeidsmarktrelevantie Ad-programma, in lijn met beoogde eindkwalificaties
- Schematisch programmaoverzicht Ad-programma
- Inhoudsbeschrijving programmaonderdelen Ad-programma (eerste jaar)
- Onderwijs- en examenregeling
- Overzicht in te zetten personeel
- Besluit macrodoelmatigheidstoets
- Overzicht van contacten met werkveld en verslagen van overleggen terzake
- Deelaanvraag pilot flexibilisering Economisch Domein, Hogeschool Rotterdam, 2015
- Visie op studeren naast je werk, Hogeschool Rotterdam, 2015
- Kwalificatiedossier mbo Commercie, Kenniscentrum Handel en Ecabo, 2014
- Landelijk Beroeps- en Competentieprofiel Bacheloropleiding Commerciële Economie 2013 – 2016, Landelijk Opleidingsoverleg Commerciële Economie, 2012
- Beschrijving Ad-eindniveau, Landelijk Netwerk Associate degree, 2013
- Aanvraag macrodoelmatigheid Ad Sales en Accountmanagement, Rotterdam Academy, 2014
- RAc Coachbeleid: Coachen op Competenties, Rotterdam Academy, 2013
- RAc Toetsbeleid, Rotterdam Academy, 2014
- Werkveldonderzoek voor aan Associate degree Sales en Accountmanagement, Wiersma, M.P. en Van Rooijen, E., 2014

Documenten aanvullend opgevraagd en ontvangen door panel voor het locatiebezoek

- Rendementscijfers opleiding Bachelor Commerciële Economie, deeltijd
- Overzicht relaties tussen eindkwalificaties en onderdelen curriculum
- Domeincompetentie-overzicht en toetsvormen Bachelor Commerciële Economie, deeltijd
- Curriculum van Bachelor Commerciële Economie, deeltijd
- Toetsplan Ad-programma

Documenten beschikbaar gesteld tijdens locatiebezoek

- Literatuurlijst en literatuur
- Studiehandleidingen inclusief toetsmatrijzen
- Curricula vitae docenten
- Hand-out met competentieprofiel, figuur ontwikkeling competenties, rooster collegedag
- Brochure Ad-programma
- Verslagen overleg met werkveld
- Rubrics afstuderen
- Toetsplan
- Voorbeelden afstuderen Ad-programma Ondernemen 2015/2016
- Handreiking kwaliteitszorg
- Competentiedekkingsmatrix
- Formulier werkeisen
- Onderwijs- en examenregeling

Bijlage 4: Lijst met afkortingen

Ad	Associate-degree
ba	bachelor
BIM	Bouw Informatie Model
EC	studiepunten volgens European Credit Transfer System
hbo	hoger beroepsonderwijs
ma	master
NVAO	Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie
wo	wetenschappelijk onderwijs

Het paneladvies is tot stand gekomen in opdracht van de NVAO met het oog op de beperkte toetsing van het nieuwe Associate-degreeprogramma Sales en Accountmanagement van de Hogeschool Rotterdam.

Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie (NVAO)
Parkstraat 28
Postbus 85498 | 2508 CD DEN HAAG
T 31 70 312 23 30
E info@nvaio.net
W www.nvaio.net

Aanvraagnummer 004328