

NVAO  NEDERLAND

**TOETS NIEUWE OPLEIDING**  
ASSOCIATE DEGREE  
AD ONLINE MARKETING  
De Haagse Hogeschool

ADVIESRAPPORT  
17 APRIL 2023



## Inhoud

1	Procedure NVAO .....	3
2	Nieuwe opleiding .....	4
	2.1 Algemene gegevens .....	4
	2.2 Profiel .....	4
	2.3 Panel .....	4
3	Oordeel .....	5
4	Sterke punten .....	6
5	Aanbevelingen .....	7
6	Beoordeling .....	8
	6.1 Standaard 1: Beoogde leerresultaten .....	8
	6.2 Standaard 2: Onderwijsleeromgeving .....	9
	6.3 Standaard 3: Toetsing .....	13
	6.4 Graad en CROHO-onderdeel .....	14

## 1 Procedure NVAO

Het succesvol doorlopen van een procedure toets nieuwe opleiding (TNO) is een voorwaarde voor erkenning door de Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie (NVAO). Pas na deze kwaliteitstoets kan de instelling de bij de opleiding behorende wettelijk beschermde getuigschriften of diploma's afgeven.

De procedure voor een nieuwe opleiding is iets anders dan voor bestaande opleidingen die al zijn geaccrediteerd. Een TNO is een *plan*beoordeling. Na accreditatie valt ook de nieuwe opleiding onder de reguliere accreditatieprocedure.

Een NVAO-panel van deskundigen toetst de kwaliteit van de nieuwe opleiding tijdens een locatiebezoek aan de universiteit of hogeschool. Een discussie tussen *peers* vormt de basis van de beoordeling en resulteert in een adviesrapport. Informatie over de invulling van het locatiebezoek en een overzicht van het bestudeerde materiaal zijn opvraagbaar bij de NVAO.

De beoordeling is gebaseerd op de standaarden zoals beschreven in het Beoordelingskader voor de beperkte toets nieuwe opleiding van de NVAO (Stcrt. 2019, nr. 3198). Over de standaarden geeft het panel een gemotiveerd oordeel op een driepuntsschaal: voldoet, voldoet ten dele of voldoet niet. Vervolgens geeft het panel een gemotiveerd eindoordeel over de kwaliteit van de opleiding, ook op een driepuntsschaal: positief, positief onder voorwaarden, of negatief.

Dit adviesrapport bevat de bevindingen, overwegingen en oordelen van het panel alsook de sterke punten en aanbevelingen. Op basis van dit rapport neemt de NVAO een accreditatiebesluit. Een beknopt adviesrapport is eveneens beschikbaar. De NVAO publiceert beide rapporten.<sup>1</sup>

Meer informatie over de NVAO-werkwijze en de TNO-procedure is te vinden op [www.nvao.net](http://www.nvao.net).

---

<sup>1</sup> <https://www.nvao.net/nl/besluiten>

## 2 Nieuwe opleiding

### 2.1 Algemene gegevens

Instelling	De Haagse Hogeschool
Opleiding	Ad Online Marketing
Variant	Deeltijd
Graad	Associate Degree
Locatie	Den Haag
Studieomvang	120 EC <sup>2</sup>
Croho <sup>3</sup> onderdeel	Economie

### 2.2 Profiel

De Associate degree Online Marketing van De Haagse Hogeschool (De HHS) is een praktijkgerichte opleiding met een focus op online media en data-analyse. Op basis van de uitkomsten kunnen ze *data driven* effectieve websites, sociale media en andere online content ontwikkelen. De opleiding richt zich met name op mbo-opgeleide professionals in de commerciële sector die zich willen laten bij- of omscholen. Gedurende de opleiding werken studenten – zoveel mogelijk op hun eigen werkplek – aan beroepsproducten. De opleiding sluit aan bij de ambities van De HHS op het gebied van Leven Lang Ontwikkelen (LLO).

### 2.3 Panel

#### Samenstelling

1. Jacintha Bonsma (*voorzitter*), teamleider Leven lang Ontwikkelen Academie Business en Communicatie aan HAN University of Applied Sciences;
2. David De Block, behaalde in 1999 zijn master Communication Sciences aan de Universiteit Gent en is momenteel Public Services Director bij iO;
3. Tom Flerackers, directeur onderwijsgroep Wetenschappen en Technologie aan de Karel de Grote Hogeschool (KdG) in Antwerpen, tevens docent Digitale Marketing en zaakvoerder en digital value creator bij Flat World Business;
4. Floor van der Wal (*student-lid*), recent afgestudeerd aan de Design Academy Eindhoven.

#### Ondersteuning

- Anne Martens, secretaris
- Inge de Jong, NVAO-beleidsmedewerker en procescoördinator

#### Locatiebezoek

Den Haag, 13 maart 2023

---

<sup>2</sup> European Credits (studiepunten)

<sup>3</sup> Centraal Register Opleidingen Hoger Onderwijs

### 3 Oordeel

Het NVAO-panel oordeelt positief over de kwaliteit van Associate degree (Ad) Online Marketing van De Haagse Hogeschool (De HHS). De instelling wil deze opleiding van 120 EC aanbieden in een deeltijdse variant te Den Haag. De opleiding voldoet aan de drie standaarden van het NVAO-kader voor de beperkte toetsing.

De Ad Online Marketing heeft twee pijlers: data en contentcreatie. De nadruk ligt op data-analyse, dat als rode draad door de gehele opleiding loopt. Afgestudeerden begrijpen online media en kunnen op basis van data-analyse effectieve websites, sociale media en andere online content ontwikkelen. Ze zijn praktisch georiënteerde experts op het gebied van online marketing en volwaardige gesprekspartners voor andere afdelingen binnen een organisatie.

De opleiding is ontwikkeld in samenwerking met zowel het werkveld als het mbo, met de intentie een doorlopende leerlijn op te zetten. De opleiding is dan ook voornamelijk gericht op mbo-opgeleide professionals in de commerciële sector die zich willen laten bij- of omscholen. De opleiding sluit aan bij de ambities van De HHS op het gebied van Leven Lang Ontwikkelen (LLO) en is flexibel ingericht. Gedurende de opleiding werken studenten – zoveel mogelijk op hun eigen werkplek – aan beroepsproducten. Daarbij biedt de opleiding persoonlijke en intensieve begeleiding, in het bijzonder wat betreft persoonlijke ontwikkeling. De opleiding deelt een deel van het curriculum met andere opleidingen in het commerciële domein. Hierdoor maken studenten kennis met een bredere bedrijfscontext. Het panel vindt het van belang dat de opleiding het profiel Online Marketing goed bewaakt in de beroepsproducten van de studenten en bij de aanstelling van nieuwe docenten.

De betrokken docenten zijn gekwalificeerd, enthousiast en ontwikkelingsgericht. Ze worden voldoende gefaciliteerd en hebben een realistisch beeld van de studenten. De examencommissie voor deeltijdonderwijs borgt de kwaliteit van toetsing en beoordeling. Het panel vindt de wijze van toetsing, aan de hand van beroepsproducten, passend.

Het panel is van oordeel dat de instelling een relevante opleiding heeft ontwikkeld die aansluit bij ontwikkelingen in het beroepenveld. Het programma is passend voor het Ad-niveau en stelt studenten in staat zich te ontwikkelen tot experts op het gebied van *data driven* online marketing.

Standaard	Oordeel
1 Beoogde leerresultaten	voldoet
2 Onderwijsleeromgeving	voldoet
3 Toetsing	voldoet
<b>Eindoordeel</b>	<b>positief</b>

## 4 Sterke punten

Het panel constateert de onderstaande sterke punten:

1. Ontwikkeling – De opleiding is ontwikkeld in samenwerking met zowel het werkveld als het mbo, met de intentie een doorlopende leerlijn op te zetten.
2. Beroepsproducten – Gedurende de opleiding werken studenten aan opdrachten die aansluiten bij de werkcontext van de student
3. Persoonlijke ontwikkeling – Gedurende de gehele opleiding stimuleert de opleiding studenten te reflecteren op hun eigen ontwikkeling als professional.
4. Doelgroep – De opleiding heeft een goed beeld van de doelgroep die mogelijk instroomt. De leer- en toetsroutes voor vier modelstudenten met verschillende achtergronden ('persona's') zijn inzichtelijk gemaakt.
5. Docenten – De betrokken docenten zijn gekwalificeerd, enthousiast en ontwikkelingsgericht. Ze worden voldoende gefaciliteerd en hebben een realistisch beeld van de studenten.

## 5 Aanbevelingen

Met het oog op de verdere ontwikkeling van de opleiding doet het panel een aantal aanbevelingen. Deze aanbevelingen doen geen afbreuk aan het positieve oordeel over de kwaliteit van de opleiding.

1. Flexibiliteit – Monitor in hoeverre de flexibiliteit in het programma de organiseerbaarheid en kwaliteit van onderwijs en begeleiding beïnvloedt.

2. Werkveldcommissie – Formaliseer de rol van werkveldpartners bij de verdere ontwikkeling van de opleiding en betrek daarbij ook partners die goed zicht hebben op toekomstige ontwikkelingen in het vakgebied.

3. Externe communicatie – Communiceer helder over het specifieke profiel van de opleiding (met een focus op data-analyse) om het onderscheid met verwante opleidingen te verduidelijken.

4. Profiel – Bewaak het profiel van de opleiding bij de werving van nieuwe docenten en in de beroepsproducten van studenten, zeker waar studenten van verschillende opleidingen gezamenlijk modules volgen.

5. Onafhankelijkheid – Borg de onafhankelijkheid van examinatoren, die vooralsnog afkomstig zijn uit een klein docententeam.

## 6 Beoordeling

### 6.1 Standaard 1: Beoogde leerresultaten

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

#### Oordeel

Voldoet.

#### Bevindingen en overwegingen

Het panel heeft vastgesteld dat De Haagse Hogeschool ('De HHS') met de Associate degree (Ad) Online Marketing een opleiding heeft ontwikkeld die past bij actuele ontwikkelingen in het beroepenveld en het vakgebied. De opleiding speelt in op een groeiende vraag naar marketeers die weten hoe ze digitale kanalen kunnen inzetten om een product of dienst in de markt te zetten. De Ad Online Marketing sluit bovendien aan bij de ambities van De HHS op het gebied van Leven Lang Ontwikkelen: de instelling wil flexibel deeltijds onderwijs aanbieden dat inspeelt op veranderende behoeften in de samenleving.

De opleiding is voornamelijk gericht op mbo-opgeleide professionals in de commerciële sector die zich willen laten bij- of omscholen. Afgestudeerden begrijpen online media en hebben verstand van data-analyse. Op basis van de uitkomsten kunnen ze *data driven* effectieve websites, sociale media en andere online content ontwikkelen. Ze zijn praktisch georiënteerde experts op het gebied van online marketing en volwaardige gesprekspartners voor andere afdelingen binnen een organisatie.

De Ad Online Marketing valt onder de faculteit Business, Finance & Marketing (BFM), die deeltijdse en voltijdse hbo-bacheloropleidingen en een hbo-masteropleiding aanbiedt in het economische domein. Daarnaast is de verwante Ad-opleiding E-commerce in ontwikkeling aan dezelfde faculteit. De opleiding onderscheidt zich van verwante opleidingen door de nadruk op digitale kanalen en op het verzamelen en analyseren van data om marketing zo goed mogelijk toe te spitsen op de belangstelling van de doelgroep. Daarmee richt de opleiding zich op een ander onderdeel van de *customer journey*. Het panel heeft waardering voor deze focus, maar merkt op dat de opleiding hierover helderder kan communiceren om het onderscheid met verwante opleidingen – zoals de Ad E-commerce (gericht op webshops) en de Ad Online Contentcreator (gericht op contentproductie) – te verduidelijken.

Het panel vindt het sterk dat de opleiding is ontwikkeld in samenwerking met zowel het werkveld als het mbo, met de intentie een doorlopende leerlijn op te zetten. Dit heeft geleid tot een scherp omschreven profiel tussen mbo en hbo-bachelor in. Het panel heeft een viertal vertegenwoordigers van het beroepenveld gesproken en vastgesteld dat zij het opleidingsprofiel onderschrijven. Het panel beveelt aan om het werkveld een formele rol te geven bij de verdere



ontwikkeling van de opleiding. Het panel vindt het van belang dat de opleiding daarbij ook werkveldpartners betreft die goed zicht hebben op toekomstige ontwikkelingen op het vakgebied, bijvoorbeeld op vlak van kunstmatige intelligentie. Daarnaast adviseert het panel om onderzoek te doen naar internationaal verwante opleidingen.

Inhoudelijk sluit de opleiding aan bij het landelijk domeinprofiel van de Ad Commerce, dat is afgeleid van het landelijke profiel Commerciële Economie. Het panel vindt dit een passende keuze; door de aansluiting bij het landelijk domeinprofiel borgt de opleiding het Ad-niveau. Het domeinprofiel omvat zes leeropbrengsten, gericht op (1) inzicht, (2) koers bepalen, (3) waarde creëren, (4) business development, (5) realiseren en (6) skills van de commercieel professional. Aansluitend bij het opleidingsprofiel geeft de Ad Online Marketing een eigen invulling aan deze leeropbrengsten, gericht op data en contentcreatie.

Het panel concludeert dat de beoogde leerresultaten ('leeropbrengsten') van de Ad Online Marketing passen bij het niveau en de oriëntatie van de opleiding. Volgens het panel is het Ad-niveau voldoende helder beschreven en geborgd door het gebruik van het landelijk domeinprofiel. De leerresultaten zijn relevant en sluiten aan bij actuele ontwikkelingen en behoeften in het beroepenveld. Door de focus op data-analyse onderscheidt de Ad Online Marketing zich van verwante opleidingen; het panel vindt dat de opleiding hierover duidelijker kan communiceren.

## 6.2 Standaard 2: Onderwijsleeromgeving

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

### Oordeel

Voldoet.

### Bevindingen en overwegingen

Het panel is van oordeel dat de Ad Online Marketing de zes leeropbrengsten adequaat heeft vertaald naar modules, waaraan steeds een leeruitkomst is gekoppeld. Deze leeruitkomsten beschrijven in samenhang kennis, inzicht en vaardigheden en maken de inhoud en het niveau duidelijk. Tijdens het locatiebezoek heeft het panel met vertegenwoordigers van de opleiding besproken hoe de breedte van de opleiding – met de twee pijlers data en contentcreatie – zich verhoudt tot verdieping op Ad-niveau. Uit de gevoerde gesprekken heeft het panel begrepen dat de nadruk ligt op het opleiden van data-experts. Studenten leren hoe online marketing werkt, hoe ze digitale kanalen kunnen monitoren en aan welke knoppen ze moeten draaien om het optimale effect voor hun merk of product te bereiken. Op het gebied van contentcreatie leren ze relevante processen te begrijpen en collega's te brieven, maar zij worden geen experts in het produceren van content. Dit sluit aan bij wat het werkveld verwacht. Het panel vindt dat de opleiding hierover duidelijker zou moeten zijn in de externe communicatie, ook om de Ad Online Marketing te onderscheiden van verwante opleidingen.

Het programma gaat uit van de didactische uitgangspunten uit de Haagse onderwijsvisie voor onderwijsprogramma's voor professionals. De drie onderwijsprincipes die uit de visie voortkomen liggen aan de basis van de Ad Online Marketing. De opleiding werkt met leeruitkomsten die studenten leerwegaafhankelijk kunnen aantonen in beroepsproducten. In elk semester staat een aantal leeruitkomsten centraal, die apart of geïntegreerd in een beroepsproduct kunnen terugkomen. Het programma is flexibel ingericht, met keuze in vorm, inhoud en moment van leren. Op die manier wil de opleiding aansluiten bij de behoeften van studenten en bij de vereisten op de arbeidsmarkt. Aanvullende documentatie en de gevoerde gesprekken tijdens het locatiebezoek hebben het panel meer inzicht gegeven in de praktische uitwerking van het programma.

Het curriculum bestaat uit vier semesters van 30 EC, elk met een eigen thema: (1) Business in Perspectief, (2) Digital Analytics, (3) Effectieve Content en (4) Marketing Pro. Aan ieder semester zijn vijf of zes modules gekoppeld. Het panel ziet hierin een sterk inhoudelijk programma met gerichte vakkennis. Wat betreft het thema 'Digital Analytics' merkt het panel op dat de naam suggereert dat dit semester in het bijzonder is gericht op de pijler data; het panel heeft echter begrepen dat dat onderwerp als rode draad door het gehele curriculum loopt, in lijn met het profiel van de opleiding. Het panel adviseert om de titel van dit semester te wijzigen om verwarring te voorkomen.

De onderwijsleeromgeving bestaat uit contacturen (10%), zelfstudie (40%) en tijd voor het werken aan beroepsproducten (50%). Deze elementen zijn gekoppeld aan drie contexten: een fysiek onderwijsprogramma, een online leeromgeving en de werkomgeving van de student. Studenten komen een dag per week naar De HHS voor een afwisselend programma met workshops, instructielessen en semesterbegeleiding. In de online leeromgeving Brightspace vinden ze studiematerialen voor alle modules. Het grootste deel van de tijd brengen studenten door op hun werkplek, waar ze werken aan beroepsproducten om een of meerdere leeruitkomsten aan te tonen. Het panel waardeert de ambitie om werken en leren te integreren.

Aansluitend bij het flexibele onderwijsconcept kunnen studenten op verschillende momenten instromen en zelf bepalen in welke volgorde zij de semesters doorlopen. Op die manier kan de opleiding aansluiten bij de persoonlijke achtergrond en werkcontext van de student. Het panel merkt op dat de volgorde waarin studenten semester volgen van invloed kan zijn op hoe zij de beroepsproducten invullen. In gesprek met het panel erkenden docenten van de opleiding dat de volgorde van invloed zal zijn op de accenten die studenten leggen en dat het voor de meerderheid van studenten voor de hand ligt om een standaardroute te volgen. Hierop zullen docenten sturen tijdens de intake en gesprekken met studenten. Het panel vindt een goede voorlichting en intake essentieel – enerzijds om het leerproces van studenten optimaal te ondersteunen, anderzijds om de opleiding organiseerbaar te houden.

Op basis van het informatiedossier had het panel de indruk dat de ontwikkeling van professionele vaardigheden in slechts één module lijkt terug te komen. Tijdens het locatiebezoek lichtte het opleidingsmanagement echter toe dat professionele vaardigheden in de gehele

opleiding aan bod komen. Studenten werken doorlopend aan een portfolio en krijgen twee keer per jaar formatieve feedback over hun vorderingen. Aan het einde van de opleiding sluiten ze dit onderdeel af in de module 'Inzicht in jezelf als professional'. Het panel vindt het sterk dat dit onderwerp gedurende de gehele opleiding wordt gevolgd en dat de opleiding studenten stimuleert om te reflecteren op hun eigen ontwikkeling.

De faculteit BFM wil studenten opleiden tot “multiperspectieve, flexibele en wendbare professionals” die verder kijken dan hun eigen vakgebied. De Ad Online Marketing deelt daarom een deel van het curriculum met andere deeltijdse Ad- en bacheloropleidingen. Studenten van verschillende businessopleidingen komen elkaar ook tegen tijdens de semesterbegeleiding, waarbij ze kennismaken met het perspectief van andere professionals. Daarnaast bespreken ze hun voortgang en geven ze elkaar feedback op hun beroepsproducten. Het panel onderschrijft dat de aandacht voor de bredere bedrijfscontext een meerwaarde heeft en verwacht dat het mogelijk is om de lessen generiek in te steken, waarna studenten het geleerde toepassen in hun persoonlijke context. Het is essentieel dat het profiel Online Marketing in de beroepsproducten van studenten naar voren komt. Het panel dringt er dan ook op aan dat de docenten dit goed bewaken in de begeleiding. Daarnaast adviseert het panel om goed te volgen welke actuele trends specifiek voor de Ad Online Marketing relevant zijn en deze zo nodig te verwerken in het programma.

Het panel vindt het van belang dat studenten tijdens de opleiding hun horizon verbreden en kennismaken met verschillende beroepscontexten. De opleiding voorziet hierin deels door studenten intensief te laten samenwerken, waarbij zij hun ervaringen delen. Het panel merkt echter op dat de meerwaarde hiervan afhankelijk is van de samenstelling van de groep. Het panel adviseert om goed te monitoren of dit inderdaad gebeurt en om bij een homogene studentenpopulatie te voorzien in alternatieve activiteiten om ervaring op te doen met diverse contexten.

Volgens het panel heeft de opleiding een grondige intakeprocedure opgezet, waarin wederzijdse verwachtingen, de geschiktheid van de werkomgeving van de student en eventuele vrijstellingen ter sprake komen. De Ad Online Marketing is voornamelijk gericht op professionals die naast hun baan een hbo-opleiding willen volgen; dit zijn meestal werkenden met een diploma op niveau mbo-4 en enige ervaring in het werkveld. Conform de wettelijke instroomeisen voor Ad-opleidingen zijn ook anderen toelaatbaar, waaronder studenten die direct vanuit de havo of een mbo-opleiding doorstromen; die studenten hebben waarschijnlijk extra ondersteuning nodig. Het panel is positief over de leer- en toetsroutes die de opleiding heeft ontwikkeld voor vier modelstudenten met verschillende achtergronden en verwacht dat deze van pas zullen komen bij de intakeprocedure.

Het leren op de werkplek speelt een grote rol in de opleiding. Studenten zonder relevante werkplek kunnen gebruikmaken van alternatieve onderwijsprojecten. De opleiding biedt wekelijks een extra dag ondersteuning aan deze studenten en aan anderen die daaraan behoefte hebben. Zij krijgen dan meer begeleiding en verwerkingsmogelijkheden. Het panel waardeert

deze extra inspanningen van de opleiding, maar merkt op dat het niet mogelijk lijkt om alle leeruitkomsten te behalen via alternatieve opdrachten die de praktijk simuleren. Ook docenten erkennen dat een werkplek noodzakelijk is om aan te tonen dat studenten kunnen functioneren in de praktijk en de module 'Inzicht in jezelf als professional' te kunnen afsluiten. Indien nodig ondersteunt de opleiding bij het vinden van een (tijdelijke) werkplek.

Het panel vindt het sterk dat de opleiding studenten persoonlijke en intensieve begeleiding biedt, in het bijzonder wat betreft persoonlijke ontwikkeling. De Ad Online Marketing onderscheidt verschillende begeleidingsrollen; uit de gevoerde gesprekken heeft het panel begrepen dat de verdeling van de rollen voor alle betrokkenen duidelijk is. Werkplekbegeleiders (ook 'coaches' genoemd) ondersteunen studenten bij het realiseren van de beroepsproducten; zij bezoeken alle studenten één keer per semester op hun werkplek om de aansluiting tussen de praktijk, de beroepsproducten en het curriculum te verbeteren. Op hun werkplek worden studenten begeleid door een bedrijfsbegeleider. In het informatiedossier heeft De HHS het profiel voor deze begeleiders beschreven; de opleiding is voornemens om dagen te organiseren waarop docenten en bedrijfsbegeleiders kennis en expertise uitwisselen. Het panel vindt dit een goed idee. Tot slot worden studenten begeleid door docenten en collega's tijdens respectievelijk lesdagen en op de werkplek.

Het panel waardeert het gekwalificeerde en enthousiaste docententeam. Alle docenten hebben een masterdiploma, ervaring in de praktijk en didactische kwalificaties. De meeste docenten geven ook les in verwante opleidingen. Het kernteam van zeven docenten zal verder uitgebreid worden; het panel adviseert om daarbij het specifieke profiel van de Ad Online Marketing te versterken. Professionals uit het werkveld zullen via gastlessen zorgen voor een verdere verbinding tussen opleiding en praktijk.

Het panel is positief over de facilitering en professionaliseringsmogelijkheden voor docenten. De docenten gaven aan dat zij voldoende tijd hebben om de opleiding te ontwikkelen. De opleiding voorziet in maandelijks scholing om de docenten voor te bereiden op het onderwijsconcept, nieuwe manieren van toetsing en de coachende rol die docenten hebben. Het panel vindt de docenten realistisch over de uitdagingen die de nieuwe opleiding met zich meebrengt.

De HHS motiveert de keuze voor een Engelstalige opleidingsnaam 'Online Marketing' door erop te wijzen dat deze term in het Nederlands is ingeburgerd. Het panel is het met de instelling eens en stelt dat er geen gangbare Nederlandse term is met dezelfde betekenis. De Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (CDHO) stelde de naam 'Ad Online Marketing & Sales' voor. Het panel volgt die suggestie niet, omdat de opleiding niet gericht is op sales; bovendien is die naam inmiddels landelijk vervangen door Ad Commerciële Economie. Het panel vindt de naam Ad Online Marketing het best passen bij de inhoud van de opleiding.

Volgens het panel stellen het programma en de onderwijsleeromgeving studenten in staat om de beoogde leerresultaten te realiseren. Het flexibele onderwijsconcept zet studenten en hun

persoonlijke werk- en leeromgeving centraal. Doordat studenten opdrachten uitvoeren op hun eigen werkplek geven ze actief vorm aan hun eigen leerproces. De opleiding heeft een gekwalificeerd, enthousiast en ontwikkelingsgericht docententeam, dat voldoende gefaciliteerd wordt. Het panel vindt dat de opleiding voldoet aan de eisen die gesteld worden aan de onderwijsleeromgeving.

### 6.3 Standaard 3: Toetsing

De opleiding beschikt over een adequaat systeem van toetsing.

#### Oordeel

Voldoet.

#### Bevindingen en overwegingen

Het panel vindt dat de opleiding een passend systeem van toetsing heeft ontwikkeld, dat in lijn is met de uitgangspunten die De HHS heeft geformuleerd voor alle toetsen. Bovendien sluit de toetsing binnen de Ad Online Marketing aan bij het didactisch concept van de opleiding: de toetsing is leerwegonafhankelijk ingericht en gerelateerd aan de leeruitkomsten. Het programma kent geen afsluitende eindopdracht; alle leeruitkomsten worden op Ad-niveau getoetst.

De opleiding maakt gebruik van verschillende toetsvormen. Een klein aantal modules wordt afgesloten met een schriftelijke toets. In de overige modules kunnen studenten leeruitkomsten op drie manieren aantonen: met (1) een leerwegonafhankelijke toets, (2) een vrijstelling op basis van een eerder gevolgde opleiding of (3) een alternatieve toets, al dan niet in combinatie met een criteriumgericht interview (cgi). De leerwegonafhankelijke toetsen hebben de vorm van beroepsproducten, die het resultaat zijn van beroepsopdrachten. In de beroepsproducten tonen studenten aan dat ze beschikken over vereiste kennis, gedrag en houding en dat ze in een beroepscontext professioneel kunnen handelen. Het panel vindt deze werkwijze passend.

Studenten doen zelf een voorstel voor een beroepsproduct waarmee ze willen aantonen dat ze een bepaalde leeruitkomst hebben behaald. Ze kunnen daarbij ook meerdere leeruitkomsten combineren. In overleg met hun werkplekbegeleider bepalen studenten in welke context ze de opdrachten uitvoeren. Volgens het panel past dit goed bij de deeltijdse Ad-opleiding. De werkplekbegeleider bewaakt de diversiteit van de beroepsproducten; het panel vindt dit van belang om te voorkomen dat de opdrachten te veel overlappen. Het panel adviseert om ook goed te monitoren of de producten van verschillende studenten gelijkwaardig tot stand komen, onafhankelijk van de werkcontext van de student. Studenten moeten steeds verantwoorden hoe het beroepsproduct tot stand is gekomen. Het panel vindt deze reflectie een waardevol element. Tijdens de wekelijkse bijeenkomsten volgen docenten de voortgang van de studenten. De feedback die zij geven is volgens het panel van belang voor het leerproces van studenten.

In het dossier beschrijft de opleiding dat studenten zelf bepalen wanneer ze aantonen dat ze een bepaalde leeruitkomst behaald hebben. Dit biedt studenten veel flexibiliteit, maar die is niet

onbegrensd: elk studiejaar heeft vijf toetsperiodes, waarvan studenten er per toets twee mogen gebruiken (één voor een eerste toets en één voor een eventuele herkansing). Het panel vindt het verstandig dat de opleiding zo duidelijkheid en structuur geeft aan studenten en tevens de werkdruk voor docenten bewaakt. Ook studenten van verwante opleidingen, met wie het panel sprak tijdens het locatiebezoek, vertelden dat ze dit een prettige werkwijze vinden.

Het panel bevestigt dat de opleiding transparant communiceert over de toetsing en beoordeling. In de modulebeschrijvingen staan de eisen die de opleiding stelt aan de toetsvorm; de bijbehorende beoordelingsformulieren zijn beschikbaar via de digitale leeromgeving. Een beoordelingsinstructie geeft studenten extra informatie over leerwegaafhankelijk toetsen en het werken met beroepsproducten.

Elk beroepsproduct wordt uiteindelijk summatief beoordeeld door twee examinatoren, van wie ten minste een examiner BKE-gecertificeerd is. Vanwege het kleine docententeam vraagt het panel extra aandacht voor enerzijds de onafhankelijkheid van beoordelaars en anderzijds de werkdruk onder docenten. Bedrijfsbegeleiders geven feedback op het werk van studenten, maar hebben geen formele rol in de beoordeling.

Het panel is positief over de kalibreersessies die de opleiding na iedere toetsperiode zal organiseren. Volgens het panel zijn deze sessies ook van belang om te komen tot een consistente interpretatie van de beoordelingscriteria. Het panel adviseert om de formulering van de criteria goed in de gaten te houden en te voorkomen dat ze te generiek worden.

De examencommissie voor deeltijdonderwijs controleert de naleving van de Onderwijs- en Examenregeling (OER), beslist over vrijstellingen en benoemt examinatoren. Deze commissie heeft de beoordeling van toetsen gedelegeerd aan de toetscommissie voor deeltijdopleidingen. Tijdens het locatiebezoek heeft het panel gesproken met leden van de examencommissie en toetscommissie. Het panel vindt het sterk dat zij bij de voorbereiding van de opleiding betrokken zijn en oog hebben voor de complexe kanten van de Ad Online Marketing.

Het panel concludeert dat de opleiding beschikt over een adequaat systeem van toetsing, dat is ingericht aan de hand van duidelijke uitgangspunten. De beroepsproducten passen bij de aard van de opleiding en ondersteunen het leerproces van studenten. Bij de beoordeling zijn steeds meerdere examinatoren betrokken en zij kalibreren regelmatig. De eisen zijn helder voor studenten. De kwaliteit van de tentaminering en examinering wordt voldoende gewaarborgd en voldoet aan de wettelijke deugdelijkheidsvereisten.

#### 6.4 Graad en CROHO-onderdeel

Het panel adviseert om de volgende graad aan de opleiding toe te kennen: Associate Degree. Het panel adviseert het volgende CROHO-onderdeel voor de opleiding: Economie.

## Afkortingen

Ad	Associate degree
BFM	Business, Finance & Marketing
BKE	Basiskwalificatie Examinering
CROHO	Centraal Register Opleidingen Hoger Onderwijs
EC	European Credits (studiepunten)
De HHS	De Haagse Hogeschool
LLO	Leven Lang Ontwikkelen
NVAO	Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie
TNO	Toets nieuwe opleiding

Het adviesrapport is tot stand gekomen in opdracht van de NVAO met  
het oog op de beperkte toetsing van de nieuwe opleiding  
Ad Online Marketing van De Haagse Hogeschool

Aanvraagnummer: AV-1701



Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie  
Accreditation Organisation of the Netherlands and Flanders

Parkstraat 83 • 2514 JG Den Haag  
P.O. Box 85498 • 2508 CD The Hague  
The Netherlands

T +31 (0)70 312 23 00  
E [info@nvaio.net](mailto:info@nvaio.net)  
[www.nvaio.net](http://www.nvaio.net)