

# Verslag ontwikkelgesprek opleiding Commerciële Economie - De Haagse Hogeschool

3 maart 2021 - 14.00-15.30

**Aanwezig namens het visitatiepanel:** de heer Ronald Stevens (panel voorzitter), de heer Paul Ganzeboom (panellid)  
**Aanwezig namens de opleiding:** mevrouw Deborah Mevissen (Directeur Faculteit Business, Finance & Marketing), de heer Gerard van Rijn (Opleidingsmanager Commerciële Economie), mevrouw Sushy Mangat (Teamleider Commerciële Economie), mevrouw Anne-Marie Blok-Draijer (Beleidsmedewerker faculteit Business, Finance & Marketing - verslaglegging)

## Inleidend

### 1. Welke stappen heeft de opleiding gezet sinds de visitatie? En wat voor leervragen levert dit op?

- Tijdens de visitatie in december 2019 bevond de opleiding zich in het vernieuwde tweede jaar, vormgegeven volgens de didactische principes van NAP (Nabij, Actief, Praktijkgericht).
- Sinds 2019 is dit concept – ook in tijden van Corona - verder uitgerold en op dit moment draait het vernieuwde derde jaar.
- We hebben een goede band met de studenten en dit lijkt ook zichtbaar in de cijfers. Minder studenten vallen uit en de resultaten van studenten zijn goed.
- Door Corona zijn we creatiever geworden, kijken we ook naar andere oplossingen en hoe we de positieve resultaten kunnen vasthouden.
- Het hele onderwijs wordt in ieder geval tot 1 april 2021 online aangeboden, met uitzondering van de toetsen. Bij nieuwe of aangescherpte Corona maatregelen worden er in het eerste semester van het nieuwe jaar dagdelen onderwijs met contactmomenten aangeboden.

### 2. Welke lessons learned heeft Corona de opleiding opgeleverd?

- NAP gaat uit van instructie in de ochtend en groepswork in de middag. Door Corona gaat de instructie online. Vragen stellen kan nu live, omdat er twee docenten tegelijkertijd worden ingezet. Eén docent geeft de les, een andere docent beantwoordt vragen in de les.
- De setting met kleine groepen leidt tot nauw contact met de studenten.
- Er zijn ook vakken waarvoor online minder goed werkt, zoals interculturele communicatie.
- De kleine groepen worden gehandhaafd. Nu: groepen van 12 studenten en 1 tutor, voorheen: 1 mentor op 24-28 studenten.
- De tutor heeft een dubbelrol en kijkt ook naar de samenwerking in de groepen, hierdoor kennen wij de studenten beter.

## Ontwikkelvragen

### 1. Graag spreken wij dieper over een visie op de profilering van de opleiding.

- Hoe hebben jullie dit tijdens de visitatie ervaren?
- Wat missen jullie hier concreet in?
- Wat hebben jullie gezien in de opleiding dat sterk was en goed te ontwikkelen tot een onderscheidend profiel?

## Besproken punten

- In januari 2020 begonnen met het positioneringstraject, dat door Corona even on hold heeft gestaan. Vervolg in september 2020.

- Vijf scenario's zijn geformuleerd, waarvan Engaged Learning en Persoonlijke aandacht de voorkeur hadden. Persoonlijke aandacht past bij het kleinschalige CE.
- De keuze voor onze nieuwe positionering is een combinatie van deze twee.
- De website is aangepast en zijn er diverse filmpjes en testimonials gemaakt.
- Tijdens de visitatie was de opleiding nog onvoldoende zichtbaar naar buiten toe, dit is nu beter zichtbaar.
- CE is een hele brede opleiding en studenten kiezen op het laatste moment. Zij kiezen dan voor een brede opleiding en/of voor de makkelijk bereikbare locatie.
- Kijkend naar jullie speelveld: wat zou de positie zijn die CE ambieert? Engaged learning en kleinschaligheid.
- Wat zijn de drivers waarop je je wilt positioneren? CE van De Haagse Hogeschool is de brede commerciële opleiding in Nederland? Hoe ziet deze opleiding er dan uit? Wat is onderscheidend?
- De waarde van een goede reputatie is belangrijk om je keuze op te baseren. De HHS staat voor internationalisering, wereldburgerschap en netwerkhogeschool. De inhoud en de profilering voor andere stakeholders loopt ernaast.

### Adviezen

- De positionering is een outside-in verhaal. Om te kunnen onderscheiden is het goed om te kijken naar de andere hogescholen, zoals Rotterdam en Amsterdam. Concurrentieanalyses en websites geven inzicht.
  - Andere Hogescholen hebben vaak een sterke, didactische profilering, waardoor het innovatieve en de herkenbaarheid van je opleiding belangrijk is. De didactiek is dan extra. De HHS heeft veel mogelijkheden om inhoudelijk onderscheidend te kunnen zijn.
  - Data gedrevenheid is belangrijk. Mogelijkheden: jullie zijn goed in online marketing, en dit vakgebied is een voorloper in data, dit biedt veel werkgelegenheid. Kijk ook naar cross-overs, bijvoorbeeld tussen economie en techniek/ICT.
  - Kijk naar meerdere varianten, kijk wat je in huis hebt en benut dat.
  - Kijk waar je op onderwerpen waar zusteropleidingen goed in zijn (retail, living labs) met CE kunt meeliften en daar specifiek de marketingcomponent kunt oppakken.
  - Kijk naar de lectoraten in de Hogeschool: met welke lectoraten zie je verbinding en op welk moment wil je dit inbrengen in je programma?
- 2. In 2020 zijn wij gestart met het vernieuwen van onze deeltijdopleiding, die vanaf september 2021 gecombineerd zal worden aangeboden met onze zusteropleiding Finance & Control. Dit type onderwijs sluit aan bij de visie Leven Lang Ontwikkelen van De Haagse Hogeschool en krijgt een eigen kleur en vorm.**
- **Hoe kunnen wij ons onderwijs voor professionals verder vormgeven?**

### Besproken punten

- In het kader van Leven Lang Ontwikkelen (hierna te noemen: LLO) ontwikkelen de opleidingen CE en Finance & Control momenteel een gezamenlijke nieuwe deeltijdopleiding.
- LLO is sinds drie jaar een belangrijk speerpunt van De HHS.
- Flexibel studeren, een andere inrichting van het onderwijs voor professionals, multidisciplinariteit.
- Samenwerking met onze zusterfaculteit Management & Organisatie (vernieuwde deeltijdonderwijs voor de opleidingen BK, FM en HRM).
- In de Propedeuse zit veel overlap tussen de twee opleidingen, in de Hoofd fase kunnen studenten hun eigen semester kiezen. Na afronding krijg je nog steeds een CE-diploma of een FC-diploma.
- Deeltijd is bewust anders vormgegeven, maar ze mogen meer tegen elkaar aan liggen. De ontwikkeling van LLO biedt kansen voor de doorontwikkeling van voltijd.
- LLO is vraaggedreven, er is belangstelling voor. We krijgen nu meer de gewenste professionals binnen.

### Adviezen

- Bundel de wederzijdse krachten van voltijd en deeltijd.
  - Bind innovatieve bedrijven die aan de top zitten aan je opleiding.
  - Cross-overs met andere disciplines zijn belangrijk.
- 3. Er komen dit jaar twee nieuwe lectoraten Platformeconomie en Betekenismarketing binnen De Haagse Hogeschool, die beiden relevant zijn voor CE.**
- **Hoe kunnen wij zorgen voor een optimale synergie en samenwerking met deze lectoraten?**

### Besproken punten

- Op dit moment zijn CE-docenten actief betrokken bij verschillende lectoraten.
- Er worden twee lectoren Platformeconomie en Betekenismarketing geworven, om zo een betere brug te kunnen slaan naar de doorvertaling naar het onderwijs. Dit kan uitgevent worden en in de profilering gebruikt worden.
- Als je voor deze twee kiest, hoe zien jullie dit inhoudelijk en hoe gaat dit vervolgens lopen?
- De HHs heeft een nieuwe structuur met zeven kenniscentra. Wij hebben contact met de BFM lectoraten en twee kenniscentra om zo gezamenlijke agenda's maken. In de jaarplannen kan de opleiding dan de focus kiezen, en de lectoraten kunnen daar aan bijdragen. We vinden elkaar steeds beter en er komen duidelijke thema's. Bijvoorbeeld Blockchain.
- Het Kenniscentrum Mission Zero begeleidt nu 60 scriptiestudenten en pakt hiermee haar rol en de verantwoordelijkheid. De relatie tussen studenten en lectoraten gaat hier ook makkelijk. Dit is een resultaat van Corona dat zeker behouden moet worden.
- Beroepsproducten: in het volgende collegejaar wordt het nieuwe vierde jaar geïmplementeerd, en hier werken we met een splitsing tussen een onderzoeksemester en een adviessemester. Studenten gaan uitvoeren wat zij bedacht hebben.

### Adviezen

- Bekeken vanuit de positionering moet iedere CE-opleiding onderwerpen als betekenismarketing in zich hebben. Het thema Platformeconomie biedt De HHS een kans om te kunnen onderscheiden.
- Hoe krijg je dan optimale synergie en samenwerking met lectoraten en onderwijs? Bepaal de leidende thema's voor de komende periode, zet hier mensen voor bij elkaar en mobiliseer je studentenpopulatie. Laat deze thema's leidend zijn voor je profilering.
- Denk niet meer in lectoren: het gaat om een expertise die je moet hebben.
- Denk in combinaties van expertise, cross-overs, dat wat in de toekomst belangrijk is, of boven de markt hangt. Daar kunnen studenten op meeliften en onderzoek op doen. Om een thema goed van de grond krijgen, dan heb je massa nodig.
- Zet een lector bovenin de piramide en laat hem/haar die piramide zo breed mogelijk maken.
- Kijk eens naar het principe van de innovatiewerkplaats met de 3 overlappende cirkels van onderwijs, onderzoek en bedrijfsleven. In het midden, dus waar ze alle drie overlappen, zit de innovatie(werkplaats). Hier kun je de lectoraten goed bij betrekken. Bied bijvoorbeeld afstudeerprojecten voor minimaal tien studenten per jaar.
- Beroepsproducten: een artikel op basis van kennisnoties, waarin de student onderbouwt waarom een beroepsproduct is uitgevoerd of onderzocht is. De student kan dan ingaan op de eigen persoonlijke ontwikkeling in dit proces.
- Voor het leereffect en bruikbaarheid voor de praktijk: het onderwerp verzilveren in de praktijk. Een bepaald niveau aan kennis en vaardigheden laten zien is het belangrijkste, het kunnen reflecteren en impact maken.
- Andere vormen van beroepsproducten testen (bijvoorbeeld een infographic).