



GRADUAAT IN DE MARKETING- EN DE COMMUNICATIESUPPORT

ERASMUSHOGESCHOOL BRUSSEL

TOETS NIEUWE GRADUAATSOPLEIDING • ADVIESRAPPORT

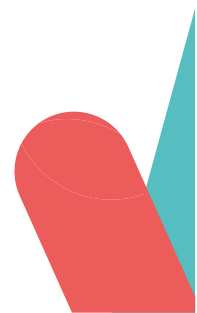
18 FEBRUARI 2020





Inhoud

1	Samenvattend advies van de visitatiecommissie.....	4
2	Rapportage van de bevindingen en overwegingen	6
2.1	Generieke kwaliteitswaarborg 1: beoogd eindniveau	6
2.2	Generieke kwaliteitswaarborg 2: onderwijsleeromgeving	8
2.3	Generieke kwaliteitswaarborg 3: te realiseren eindniveau	11
2.4	Generieke kwaliteitswaarborg 4: opzet en organisatie van de interne kwaliteitszorg	12
2.5	Eindoordeel.....	14
3	Beoordelingsproces	15
4	Overzicht oordelen	16
	Bijlage 1: Basisgegevens over de opleiding.....	17
	Bijlage 2: Domeinspecifieke leerresultaten (DLR).....	19
	Bijlage 3: Samenstelling visitatiecommissie.....	20
	Bijlage 4: Overzicht van de bestudeerde documenten	21



1 Samenvattend advies van de visitatiecommissie

De NVAO heeft de domeinspecifieke leerresultaten van de nieuwe opleiding graduaat in de marketing- en de communicatiesupport gevalideerd op 18 februari 2019.

De graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport wil praktisch ingestelde studenten opleiden die een marketing- of communicatiebedrijf of -afdeling van een (profit of non-profit) organisatie kunnen ondersteunen. Belangrijke thema's in de opleiding zijn digitale marketing en communicatie, informatieverzameling en databeheer. De visitatiecommissie is overtuigd van het profiel en het beoogde eindniveau van de opleiding. De commissie waardeert de duidelijke eigen visie van de opleiding; bij de ontwikkeling heeft de opleiding goed gekeken naar de wensen en eisen van het werkveld. De opleiding heeft oog voor de Brusselse context en heeft in hoge mate aandacht voor het kwetsbare profiel en specifieke karakter van de beoogde doelgroep. De commissie is van mening dat de opleiding zich realistische doelen stelt als het gaat om de taalvaardigheid in het Nederlands, Frans en Engels. Tot slot constateert de commissie dat het graduaatsniveau goed verankerd is in de opleiding.

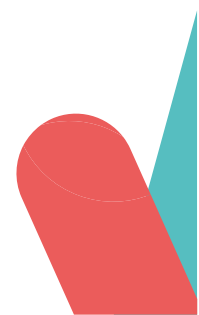
De commissie spreekt zich positief uit over het programma van de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport. Sterke punten zijn de heldere leerlijnen, de aandacht voor drie talen en de individuele begeleiding binnen het vak Talentontwikkeling. De commissie heeft vastgesteld dat de contouren van het werkplekleren zijn geschetst, maar dat de invulling voor een deel nog vorm moet krijgen. De commissie raadt aan om het werkplekleren volledig en tijdig uit te werken, liefst voor de volgende lichting van start gaat. Daarbij adviseert de commissie om prioriteit te geven aan de ontwikkeling van een stage-rubric en om die te bespreken met vertegenwoordigers van het werkveld.

De commissie is van mening dat de opleiding beschikt over een deskundig en gemotiveerd team van lectoren. Wel stelt de commissie vast dat de personele invulling krap is, zeker gezien de (sterk) gestegen studentenaantallen. De commissie beveelt aan om niet te wachten met personele uitbreiding tot het volgende academiejaar, mede omdat de opleiding nog in ontwikkeling is, wat extra inzet vergt.

De commissie waardeert het toetsbeleid van de opleiding. De opleiding beschikt over een helder toetskader en maakt gebruik van evaluatievormen die passen bij de leerdoelen van de opleiding. In aansluiting op de ideeën over taalontwikkelen onderwijs, wordt taal breder en vaker getoetst dan enkel in de taalvakken. Verder is de commissie van mening dat de combinatie van beoordeling door lectoren, peer-assessment en self-assessment een goede keuze is; daarnaast worden ook externen betrokken bij de toetsing. Tot slot waardeert de commissie de begeleiding en sturing van de Erasmushogeschool Brussel bij de ontwikkeling van het toetsbeleid.

De commissie constateert dat de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport op een serieuze manier invulling geeft aan de kwaliteitszorg. De commissie is positief over de samenwerking tussen de Dienst Kwaliteitszorg van de Erasmushogeschool Brussel en de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport. Die samenwerking laat voldoende ruimte voor maatwerk en een eigen visie op kwaliteitszorg. De commissie heeft gezien dat er voldoende ruimte is voor de inbreng van lectoren, studenten en werkveld.

De visitatiecommissie die de aanvraag van de Erasmushogeschool Brussel voor de opleiding graduaat in de marketing- en de communicatiesupport heeft beoordeeld, brengt een *positief* advies uit aan de NVAO. Zij baseert haar oordeel op het informatiedossier en het toelichtend gesprek.



Met het oog op de verdere ontwikkeling van de nieuwe opleiding, formuleert de commissie de volgende aanbevelingen. Deze aanbevelingen doen geen afbreuk aan het huidige oordeel over de potentiële kwaliteit van de opleiding.

De commissie beveelt de opleiding aan:

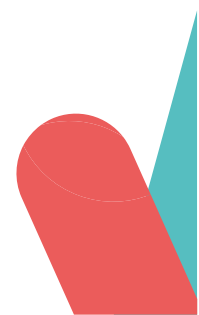
- ervoor te zorgen dat de gehanteerde terminologie en naamgeving recht doet aan het ondersteunende karakter van de opleiding.
- om het werkplekleren volledig en tijdig uit te werken, liefst voor de volgende lichting van start gaat. Daarbij adviseert de commissie om prioriteit te geven aan de ontwikkeling van een stage-rubric en om die te bespreken met vertegenwoordigers van het werkveld.
- niet te wachten met personele uitbreiding tot het volgende academiejaar, mede omdat de verdere ontwikkeling van de opleiding extra inzet vergt.

Den Haag, 18 februari 2020,

Namens de commissie ter beoordeling van de toets nieuwe opleiding voor de opleiding graduaat in de marketing- en de communicatiesupport van Erasmushogeschool Brussel,

Dirk De Ceulaer
(voorzitter)

Erik van der Spek
(secretaris)



2 Rapportage van de bevindingen en overwegingen

2.1 Generieke kwaliteitswaarborg 1: beoogd eindniveau

Het beoogd eindniveau weerspiegelt qua niveau, oriëntatie en inhoud de actuele eisen die in internationaal perspectief vanuit het beroepenveld en/of het vakgebied worden gesteld aan de opleiding.

Bevindingen

De graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport wil praktisch ingestelde studenten opleiden die een marketing- of communicatieafdeling of –bedrijf kunnen ondersteunen. Belangrijke thema's in de opleiding zijn digitale marketing en communicatie, evenals informatieverzameling en databeheer in het kader van marketing en communicatie. Volgens het informatiedossier ontwikkelen de studenten daarnaast goede communicatieve vaardigheden (in het Nederlands, Engels en Frans) en worden ze gecoacht in hun persoonlijke ontwikkeling. De opleiding komt voort uit de HBO5-opleiding marketing van het samenwerkingsverband, HBO5 Erasmus, tussen CVO COOVI en Erasmushogeschool Brussel (EhB).

Aan de opleiding ligt een visie ten grondslag, waarin de volgende elementen centraal staan:

- De opleiding richt zich op praktijkgericht onderwijs aan doeners die autonoom en met zin voor initiatief ondersteuning bieden aan het marketing- of communicatiebeleid;
- De focus ligt op ondersteunende informatievaardigheden en digitale marketing en communicatie;
- Werkplekleren vormt vanaf het eerste jaar een essentieel onderdeel van het programma;
- De studenten krijgen een attitude van autonome taalleerder mee zodat ze hun taalkennis en taalvaardigheid blijvend kunnen ontwikkelen;
- Door de inzet op persoonlijke groei ontwikkelen de studenten een goed inzicht in hun vaardigheden en professionele attitudes.

De opleiding is gebaseerd op de domeinspecifieke leerresultaten (DLR, zie bijlage 2), die op hun beurt zijn gebaseerd op de beroepskwalificaties van marketingdeskundige en communicatiedeskundige. Dit garandeert de aansluiting van de opleiding op de behoeften en wensen van het werkveld. De DLR bestaan uit negen gemeenschappelijke leerresultaten, plus drie voor de afstudeerrichting Marketingsupport en vier voor Communicatiesupport.

De opleiding heeft deze DLR omgezet in opleidingsspecifieke leerresultaten (OLR), om beter aan te sluiten bij de onderwijsvisie en het didactisch concept van de Erasmushogeschool Brussel, de verwachte instroom en de opleidingsvisie. Verschillen tussen de DLR en de OLR zijn onder meer dat in de laatste het accent op digitale marketing en communicatie is versterkt, wat ook tot uiting komt in de aandacht voor digitale tools en technieken. Daarnaast wordt in de OLR de ondersteunende rol van de studenten meer benadrukt. Bij communicatie ligt het accent sterker op functionele taalvaardigheid. En een laatste punt, typerend voor de Brusselse context, is de aandacht voor samenwerking binnen diverse (multiculturele) teams. De visitatiecommissie (hierna: commissie) steunt deze aanpassingen en vinden dat ze recht doen aan het karakter en de context van de opleiding.

De graduaatsopleiding wordt in eerste instantie aangeboden als voltijdse dagopleiding en richt zich op twee groepen studenten:

- generatiestudenten vanuit het secundair onderwijs die via praktijkgericht onderwijs en werkplekleren een opleiding willen volgen;
- drop-outstudenten van bacheloropleidingen die zich willen heroriënteren.

Het gaat om studenten die in de visie van de opleiding vaak een kwetsbaar profiel hebben, bijvoorbeeld omdat ze thuis een andere taal spreken, omdat ze in een eerdere opleiding zijn afgehaakt of omdat ze zich bepaalde professionele attitudes (zoals stiptheid en doorzettingsvermogen) eigen moeten maken.

De Erasmushogeschool Brussel speelt daarop in door een praktisch georiënteerde opleiding aan te bieden met activerende werkvormen, een belangrijke rol voor het werkplekleren en duidelijke communicatie over doelstellingen, verwachtingen en deadlines. De commissie is van mening dat deze aanpak goed aansluit bij de beoogde doelgroep en waardeert de specifieke aandacht voor de Brusselse context. Bij GKW 2 wordt hier nader op ingegaan.

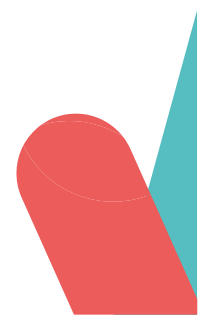
Voor de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport is een (inter)nationale benchmark opgesteld, waarbij de graduaatsopleiding is vergeleken met een aantal andere graduaatsopleidingen rond communicatie in Vlaanderen en Nederland, met name de graduaatsopleiding van Artesis Plantijn Hogeschool Antwerpen (AP) en de Nederlandse Ad-opleiding Crossmediale Communicatie van Hogeschool Inholland. Het rapport hierover is nog niet afgerond, maar de commissie heeft vernomen dat de programma's, leerdoelen en leerlijnen van de drie opleidingen sterk overeenkomen; met AP is er zelfs een bijna volledige match.

Verder heeft de commissie met de vertegenwoordigers van de opleiding gesproken over de wijze waarop het niveau is bepaald. Uit dat gesprek is gebleken dat de opleiding het niveau 5 bewaakt door een sterke oriëntatie op de praktijk en het werkveld van de studenten. De student wordt vanaf het begin ondergedompeld in de praktijk, niet alleen in het leren op de werkplek maar ook in het onderwijsdeel. Het onderwijs is praktisch en richt zich op uitvoering, met veel opdrachten en cases uit de praktijk. Het idee van de opleiding is dat de studenten na hun afstuderen direct ingezet kunnen worden in een communicatie- of marktonderzoekbureau (of op een communicatie- of marketingafdeling bij een grotere organisatie). De nadruk ligt op uitvoering en ondersteuning; de studenten komen wel in aanraking met ideeën over communicatiestrategieën, maar dit is geen apart vak. De gerichtheid op niveau 5 komt ook tot uiting in de aparte leerlijn voor digitale communicatie, inclusief het werken met relevante tools.

Overwegingen

De commissie is overtuigd van het profiel en het beoogde eindniveau van de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport. De commissie waardeert het feit dat de opleiding een duidelijke eigen visie heeft ontwikkeld. Het eigen accent van de opleiding komt duidelijk tot uiting in de omzetting van de DLR naar de OLR; daarin valt de nadruk op digitale vaardigheden op, evenals de duidelijk omschreven ondersteunende rol van de graduaten. De opleiding richt zich op de wensen en eisen van het werkveld en heeft het werkveld ook betrokken in de ontwikkeling. De benchmark is weliswaar beperkt, maar maakt wel duidelijk dat de opleiding aansluit bij vergelijkbare opleidingen in Vlaanderen en Nederland. Een aandachtspunt is wel om ervoor te zorgen dat de gehanteerde terminologie recht doet aan het ondersteunende karakter van de opleiding, ook op de website: het is van belang dat de studenten goed geïnformeerd worden dat het gaat om een opleiding met afstudeerrichtingen marketing- en communicatiesupport.

De commissie waardeert dat de opleiding ervoor gekozen heeft zich te richten op een moeilijke en kwetsbare doelgroep, voor wie dit onderwijs het verschil kan maken. De opleiding heeft kennis van en oog voor de Brusselse context en heeft in hoge mate aandacht voor het multiculturele karakter en de sociaaleconomische achtergrond van de doelgroep. De commissie is het in dat verband eens met het belang dat de opleiding toekent aan de taalvaardigheid in het Nederlands, Frans en Engels en is van mening dat de opleiding zich op dit gebied realistische doelen stelt.



Tot slot is de commissie van mening dat het graduaatsniveau goed verankerd is in zowel het profiel als de opzet van de opleiding. De commissie onderstreept het belang om dit niveau en de genoemde doelgroep scherp op het netvlies te houden bij de doorontwikkeling van de opleiding; dat heeft gevolgen voor alle onderdelen van het onderwijs. Maar de commissie heeft vastgesteld dat de vertegenwoordigers van de opleiding hiervan voldoende doordrongen zijn.

Oordeel: voldoende

2.2 Generieke kwaliteitswaarborg 2: onderwijsleeromgeving

De onderwijsleeromgeving maakt het voor studenten mogelijk de beoogde leerresultaten te realiseren.

Bevindingen

De graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport is een tweejarige dagopleiding (120 studiepunten). In het tweede jaar kiezen de studenten een afstudeerrichting: Marketingsupport of Communicatiesupport. Werkplekleren maakt met 40 studiepunten een substantieel onderdeel van de opleiding uit; hiermee voldoet de opleiding aan de decretale eisen. Het aandeel werkplekleren neemt geleidelijk toe, vooral in het tweede jaar als de studenten op stage gaan.

Het onderwijs is gestructureerd aan de hand van zes thematische leerlijnen:

1. De leerlijn *Marketing & Communicatie* zorgt voor het theoretische kader van de opleiding. Hoewel de theorie in deze opleiding in dienst staat van de praktijk, is het van belang dat de studenten voldoende achtergrondkennis hebben om hun ondersteunende rol naar behoren te kunnen uitvoeren.
2. In de leerlijn *Digitaal* maken de studenten kennis met de principes van digitale communicatie en met verschillende tools voor marketing, communicatie en datamanagement.
3. De leerlijn *Data* is vooral gericht op ondersteuning op het gebied van marktonderzoek. De studenten leren om informatie te zoeken, beoordelen, selecteren, organiseren en beheren.
4. In de leerlijn *Bedrijfscommunicatie* worden de studenten getraind in het gebruik van zakelijk Nederlands (schriftelijk en mondeling) en in het functioneel gebruik van Engels en Frans in een professionele context. Deze leerlijn omvat ook een 'bootcamp sollicitatietraining', waarin de studenten onder meer leren hoe ze een stageplaats kunnen vinden.
5. De leerlijn *Integratie* is erop gericht alle kennis en vaardigheden van de eerste vier leerlijnen bij elkaar te brengen en te koppelen met de praktijk. Dit komt met name tot uiting in de projecten (Project I en II en het Eindproject).
6. De leerlijn *Talentontwikkeling* richt zich op de professionele en persoonlijke ontwikkeling van de student en op de ontwikkeling van diens taalvaardigheid. Deze leerlijn mondt uit in een digitaal portfolio.

Tot slot is er nog een zevende leerlijn, *Ondernemingszin*, die de overige leerlijnen doorkruist en vooral gericht is op de ontwikkeling van zelfsturing en creativiteit.

De studenten behalen 40 van de 120 studiepunten in een arbeidssituatie als leeromgeving. Daarmee voldoet de opleiding aan het decreet 'uitbouw graduaatsopleidingen'. In het eerste semester gaat het vooral om kennismaking: bedrijfsbezoeken, gastsprekers en workshops van experts uit het werkveld. In het tweede semester voeren de studenten een realistische opdracht uit ter voorbereiding van een marktonderzoek. Daarnaast omvat het tweede semester het eerste Small Business Project (SBP), dat georganiseerd wordt in samenwerking met Vlajo.

Ook in het tweede jaar staan er enkele projecten op het programma. Bovendien gaan de studenten in dit jaar twee keer op stage: een meeloopstage (5 EC) in het eerste semester en een uitgebreidere stage van minimaal zeven weken (10 EC) in het tweede. In principe zoeken de studenten zelf een stageplaats, waarbij ze voorbereid en begeleid worden vanuit de opleiding. Ze voeren werkzaamheden uit die behoren bij de taken van een beginnend marketing- of communicatie-assistent en houden die bij in een logboek. Het tweede jaar – en de opleiding als geheel – wordt afgesloten met een eindproject, bij voorkeur ook bij hetzelfde stagebedrijf. Hierin voeren de studenten een beperkte, maar realistische opdracht uit. De commissie heeft met de vertegenwoordigers van de opleiding gesproken over de voorbereiding en invulling van het werkplekleren. Tijdens dit gesprek is duidelijk geworden dat een zelfstandige keuze en selectie van een stagebedrijf een leerdoel is, maar dat de opleiding veel tijd in de voorbereiding steekt. De studenten volgen onder andere een zogenoemd 'Bootcamp sollicitatie' binnen het vak Communicatie-skills III; ook binnen het vak Talentontwikkeling wordt uitgebreid ingegaan op de stage. De opleiding beoordeelt de kwaliteit van de stageplek vooraf aan de hand van een werkplekscan die de student samen met de stagegever moet invullen; daarbij is het van belang dat de student de juiste competenties op de werkplek kan realiseren.

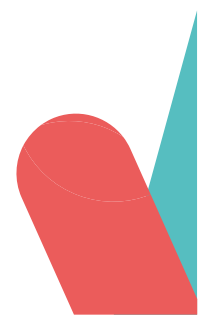
Zowel de vertegenwoordigers van de opleiding als van het werkveld benadrukken het belang van taalvaardigheid bij een marketing- of communicatiebedrijf (of –afdeling). Daarbij gaat het om taalvaardigheid in het Nederlands, Frans en Engels. Met een intake-test Nederlands, Frans en Engels wordt het startniveau van de studenten vastgesteld. Vervolgens worden ze ingeschreven in een cursus van het project Language Support die aansluit bij dit niveau. Het idee is dat de studenten minimaal het ERK-niveau B1 bereiken voor het Nederlands en A2 voor Engels en Frans.

In het gesprek is gebleken dat de nadruk ligt op functionele taalvaardigheid: studenten moeten kunnen samenwerken in meertalige teams en collega's kunnen verstaan die een andere taal spreken. Naast de basis die in de cursussen van Language Support wordt gelegd, geeft de opleiding zelf invulling aan taalontwikkeling in de vorm van taalontwikkeld lesgeven. Bij het Engels ligt de nadruk op marketing- en communicatietermen. De opleiding heeft ruime aandacht voor taal en levert veel maatwerk op dit vlak.

Intensieve begeleiding is een belangrijk onderdeel van de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport. Persoonlijke groei en ontwikkeling van taalvaardigheid staan centraal in het vak Talentontwikkeling. De studenten worden gedurende de gehele opleiding begeleid door een talentcoach. Bij de begeleiding gaat het deels om individuele gesprekken, deels om werken in kleine groepjes.

Omdat het gaat om studenten met verschillende achtergronden – generatiestudenten, drop-outs vanuit bacheloropleidingen en (in een latere fase) werkstudenten – is die intensieve begeleiding een uitdaging voor de opleiding. De commissie heeft tijdens het gesprek vernomen dat de opleiding nieuwe digitale tools heeft aangekocht voor begeleiding en follow-up van studenten, bijvoorbeeld een feedbacktool. Dat maakt het mogelijk om feedback te volgen over de vakken heen; de uitkomsten kunnen dan weer besproken worden in het vak talentontwikkeling.

De commissie heeft tijdens het gesprek met de opleiding kennisgemaakt met een vertegenwoordiging van het lectorenteam. Op dit moment wordt het onderwijs verzorgd door acht lectoren, die les geven aan 99 studenten. In totaal komt dat neer op 3 VTE, inclusief de opleidingscoördinatie. Omdat de opleiding in de afgelopen twee jaar snel is gegroeid, loopt de personele inzet achter op de studentenaantallen. Voor het collegejaar 2020-2021 is een personele inzet van 3,6 VTE begroot.



In het gesprek is gebleken dat die begrote aantallen aan de krappe kant zijn, vooral omdat de individuele begeleiding tijdrovend is. Ook de keuze om geen groepen groter dan 30 studenten te hebben, heeft consequenties voor de formatie. Wel is het de commissie gebleken dat de taallectoren niet onder deze formatie vallen en dat er binnen de Erasmushogeschool Brussel veel aandacht is voor de werkdruk van lectoren.

De commissie heeft verder vastgesteld dat de Erasmushogeschool Brussel veel investeert in de professionalisering van de lectoren. Omdat van elke lector wordt verwacht dat hij of zij kan coachen, worden ze daar didactisch op voorbereid. Dat geldt ook voor het werken met blended learning. De commissie kan zich ook vinden in de eisen aan nieuwe lectoren, die gedurende drie jaar een didactisch traject moeten doorlopen.

Overwegingen

De commissie oordeelt positief over het programma van de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport. Zij is van mening dat de opleiding heldere leerlijnen hanteert die goed zijn uitgewerkt in het programma. Sterke punten in de ogen van de commissie zijn de aandacht voor drie talen en de individuele begeleiding binnen het vak Talentontwikkeling. De commissie is van mening dat het programma goed aansluit bij de beoogde doelgroep.

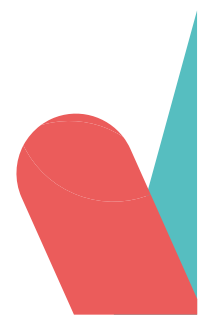
De commissie heeft vastgesteld dat de contouren van het werkplekleren zijn geschetst, maar dat de invulling en organisatie voor een deel nog vorm moeten krijgen. Veel beleid moet nog worden uitgewerkt, bijvoorbeeld op het vlak van stages en studeerbaarheid. Omdat het werkplekleren een van de hoekstenen van de opleiding vormt, raadt de commissie aan om het werkplekleren volledig en tijdig uit te werken, liefst voor de volgende lichting van start gaat. Daarbij adviseert de commissie om prioriteit te geven aan de ontwikkeling van een stage-rubric en om die te bespreken met vertegenwoordigers van het werkveld. De commissie is positief over de werkplekscan, waarmee de opleiding toeziet op het realiseren van de juiste competenties op de werkplek.

De commissie heeft met belangstelling kennis genomen van het taalbeleid van de opleiding en waardeert de opzet ervan. De combinatie van basis cursussen die aansluiten op het ingangsniveau van de studenten en taalontwikkelen lesgeven binnen de opleiding zelf, vormt volgens de commissie een goede keuze; dat geldt ook voor de nadruk op functionele taalvaardigheid. De studenten behalen in elk geval een minimumniveau, sommigen zullen hoger uitkomen. De commissie waardeert de brede aanpak van de ontwikkeling van taalvaardigheid en is van mening dat de opleiding goed differentieert en maatwerk levert.

De commissie sluit zich aan bij de aanpak van persoonlijke coaching en talentontwikkeling en onderschrijft het belang dat de opleiding daaraan hecht. Zij heeft vastgesteld dat de opleiding de doelgroep goed kent en begrijpt waar de behoeftes liggen. Het streven om de groepen klein te houden verdient volgens de commissie aanbeveling.

De commissie heeft tot slot vastgesteld dat de opleiding beschikt over een deskundig en gemotiveerd team van lectoren. Daarbij heeft de commissie wel geconstateerd dat de personele invulling krap is, zowel in het licht van de aantallen studenten als in het licht van intensieve persoonlijke begeleiding die deze doelgroep vergt. De commissie stelt vast dat het beleid erop gericht is om voldoende capaciteit ter beschikking te stellen; het is van belang om dit beleid goed op te volgen, de draagkracht van lectoren is niet oneindig. De commissie beveelt aan om niet te wachten met personele uitbreiding tot het volgende academiejaar, mede omdat de opleiding nog in ontwikkeling is, wat extra inzet vergt. Een goede personele invulling, ook getalsmatig, is in de ogen van de commissie noodzakelijk om de ambitieuze doelstellingen te kunnen realiseren.

Oordeel: voldoende



2.3 Generieke kwaliteitswaarborg 3: te realiseren eindniveau

De opleiding beschikt over een adequaat systeem van beoordeling, toetsing en examinering, waardoor zij nagaat of de beoogde leerresultaten worden bereikt.

Bevindingen

Voor de graduaatsopleidingen van de Erasmushogeschool Brussel is een generiek toetsbeleid ontwikkeld. Dit beleid is erop gericht om voor iedere opleiding evaluaties te ontwikkelen die valide, betrouwbaar, transparant, authentiek, generaliseerbaar, efficiënt en economisch zijn. De studenten worden zowel formatief als summatief getoetst. Formatieve toetsing speelt bijvoorbeeld een grote rol in de vakken Tools en Talentontwikkeling. De summatieve toetsing bestaat uit criterium- en ontwikkelingsgerichte toetsing. Criteriumgerichte toetsing is bedoeld om na te gaan of de studenten de doelstellingen behaald hebben, ontwikkelingsgerichte toetsing richt zich op het beoordelen van de reflectievaardigheden en groei van de studenten. Tijdens het gesprek heeft de commissie vernomen dat het werkveld ook wordt betrokken bij ontwikkeling van de criteria, met name de criteria van het stagebeoordelingsformulier en de projectevaluaties.

De opleiding maakt gebruik van product- en procesevaluatie. Bij een project worden de studenten bijvoorbeeld zowel beoordeeld op de output (bijvoorbeeld het projectverslag) als op de samenwerking (het proces). Studenten kunnen een project maar één keer inleveren voor een bepaald vak, maar ze mogen het daarnaast wel in hun portfolio opnemen als ze er trots op zijn. Voldoende variatie aan evaluatievormen zorgt ervoor dat verschillende soorten leerdoelen geëvalueerd kunnen worden. Daarnaast hanteert de opleiding ook voldoende vormen van permanente evaluatie.

De beoordeling is vooral in handen van de lectoren, maar de studenten beoordelen ook elkaar (peer-assessment). De studenten beoordelen ook zichzelf, onder andere bij de stage; die wordt afgerond met een driehoeksgesprek tussen stagementor, stagebegeleider en student. Bij de beoordeling van de stage is de begeleider vanuit de opleiding eindverantwoordelijk. Externen spelen met name in het werkplekleren een rol in de beoordeling.

De commissie heeft tijdens het gesprek met de opleiding vastgesteld dat de lectoren goed begeleid zijn door de Erasmushogeschool Brussel bij de ontwikkeling van het toetsbeleid voor de opleiding. Alle nieuwe opleidingen krijgen een 'crash course' toetsbeleid. Bij de gesprekken over toetsing zijn bovendien steeds onderwijsondersteuners aanwezig. Ook de kwaliteitszorgcoördinator helpt bij de beoordeling van het toetsbeleid. De commissie waardeert de actieve betrokkenheid van de Erasmushogeschool Brussel bij het toetsbeleid van de opleidingen.

Een ander thema dat tijdens het gesprek aan de orde kwam, is de voorbereiding van de mentoren op het beoordelen van studenten. De vertegenwoordigers van de opleiding hebben aangegeven dat er een rubric wordt ontwikkeld voor de mentoren om ervoor te zorgen dat de oordelen geïkt zijn. Verder komt er een korte opleiding voor de mentoren. De stage-rubric zal worden afgestemd met de onderwijsondersteuning en met het werkveld.

De studenten sluiten de opleiding af met een eindtoets die bestaat uit drie elementen: Stage II, het Eindproject en het Portfolio. Daarbij worden verschillende evaluatievormen toegepast: observatie, reflectieverslag, logboek, het eindproduct (bij het Eindproject, dat uitmondt in een reëel beroepsproduct) en een Portfolio. De studenten kunnen het portfolio ook na de opleiding gebruiken om hun leerervaringen aan te tonen bij toekomstige werkgevers.

Studenten die de opleiding met goed gevolg afronden kunnen aan de slag als junior communicatiemedewerker, accountmanager of content-manager in een communicatie- of marketingbureau of -afdeling. Ze kunnen ook doorstromen naar een bacheloropleiding, bijvoorbeeld de bachelor Bedrijfsmanagement met afstudeerrichting Marketing of de bachelor Communicatiemanagement.



Overwegingen

De commissie waardeert het toetsbeleid van de opleiding Marketing- en communicatiesupport, alsook de concrete invulling daarvan. De commissie heeft vastgesteld dat de opleiding beschikt over een helder toetskader en gebruik maakt van een brede waaier aan evaluatievormen, die passen bij de leerdoelen van de opleiding. In aansluiting op de ideeën over taalontwikkelen onderwijs (zie GKW2), wordt taal breder en vaker getoetst dan enkel in de taalvakken. Vanuit het portfolio en het vak Talentontwikkeling is er ook ruimte voor toetsing op maat. De student is daarbij ook zelf verantwoordelijk om stappen in zijn leerproces te zetten.

Volgens de commissie is de manier waarop de beoordeling is opgezet goed doordacht. De combinatie van beoordeling door lectoren, peer-assessment en self-assessment is een goede keuze. De commissie waardeert ook de betrokkenheid van externen bij de evaluatie van studenten, bijvoorbeeld bij stages en het eindproject. Evaluatieformulieren en -criteria worden daarnaast ook in een resonantiecommissie besproken. De commissie is het eens met de opzet van het driehoeksgesprek bij het eindproject en stage II, waarin de rol van de externen is verankerd.

De commissie heeft met instemming vastgesteld dat de samenwerking tussen de opleiding en de Centrale diensten van de Erasmushogeschool Brussel goed loopt. De lectoren krijgen veel begeleiding en sturing vanuit de Erasmushogeschool Brussel bij de ontwikkeling van het toetsbeleid en kunnen op ieder moment terugvallen op toetsdeskundigen. De toegepaste evaluatievormen worden vak per vak bekeken, de prestaties van studenten worden geëvalueerd en bijsturing wordt toegepast waar nodig. Toetsing krijgt voldoende aandacht in het professionaliseringstraject, ook voor nieuwe lectoren. De commissie moedigt de opleiding aan om van deze samenwerking te blijven profiteren tijdens de ontwikkeling van de toetsing.

Oordeel: voldoende

2.4 Generieke kwaliteitswaarborg 4: opzet en organisatie van de interne kwaliteitszorg

De opzet en de organisatie van de interne kwaliteitszorg is gericht op een systematische borging en verbetering van de opleiding waar de relevante stakeholders bij betrokken worden.

Bevindingen

De graduaatsopleiding zal de eigen kwaliteitszorg vormgeven volgens het model van de Erasmushogeschool Brussel. Daarbij staan vier principes centraal: een kwaliteitscultuur gekenmerkt door een cultuur van verbetering (1); betrokkenheid van diverse stakeholders (2); een cultuur van vertrouwen (3); en het principe van integratie (4). De kwaliteit van de opleiding wordt bewaakt aan de hand van de PDCA-cyclus. De betrokkenheid van de stakeholders (studenten, lectoren, alumni en werkveld) komt tot uiting in verschillende formele en informele structuren die zorgen voor dialoog en participatie binnen de opleiding.

Het is de intentie om de input van de verschillende stakeholders te verzamelen en verwerken. Hiervoor zullen onder meer periodieke studenten-, personeels- en alumnibevragingen worden gehouden. Daarnaast houdt de instelling gegevens bij over input, proces (zoals tevredenheid en studietijdmeting) en output.

Het verbeterbeleid is gebaseerd op de verbeterpunten uit het rapport van de Commissie Hoger Onderwijs in het kader van het kwaliteitstoezicht van de HBO5-opleidingen. Elke opleiding stelt jaarlijks een jaaractieplan (JAP) op dat aangeeft welke acties ondernomen worden om de doelstellingen te bereiken. De graduaatsopleidingen worden elke zes jaar geëvalueerd. Die evaluatie bestaat uit drie onderdelen: een EFQM/TRIS-oefening op opleidingsniveau, een externe visitatie en een midterm review. Daarnaast hanteert de opleiding een cyclus voor permanente kwaliteitsbewaking.

Deze bestaat uit de volgende onderdelen:

- Dialoog met stakeholders (studenten, werkveld, alumni en medewerkers);
- Benchmarking met peers;
- Gebruik van data en trendgegevens voor monitoring en meting.

De commissie stelt vast dat de opleiding nauw samenwerkt met de Centrale diensten van de Erasmushogeschool Brussel op het gebied van de kwaliteitszorg. De Dienst Kwaliteitszorg (van Erasmushogeschool Brussel) ondersteunt de opleiding en adviseert over de wijze waarop kwaliteit vorm krijgt binnen de opleiding. De dienst Kwaliteitszorg bestaat uit 2 centrale en 9 departementale kwaliteitszorgmedewerkers. Daarvan zijn er drie kwaliteitszorgmedewerkers die de opleidingen van het departement 'Mens & Maatschappij' ondersteunen waartoe de opleiding marketing- en communicatiesupport behoort. De commissie heeft geconstateerd dat er in de discussies tussen de Erasmushogeschool Brussel en de opleiding voldoende ruimte is voor maatwerk.

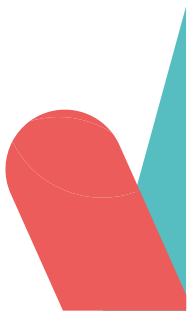
Tot slot heeft de commissie met de vertegenwoordigers van de opleiding gesproken over de betrokkenheid van het werkveld bij de kwaliteitszorg. Voor de omvorming van de opleiding naar een graduaatsopleiding is het werkveld formeel geconsulteerd tijdens een resonantiebijeenkomst. De bedoeling is dat er jaarlijks zo'n bijeenkomst georganiseerd wordt. De commissie heeft begrepen dat de opleiding de resonantiecijmissie wil uitbouwen naar een werkveldadviescommissie.

Overwegingen

De commissie heeft geconstateerd dat de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport op een adequate manier invulling geeft aan de kwaliteitszorg binnen de opleiding. Daarbij biedt het kwaliteitskader van de Erasmushogeschool Brussel houvast. De commissie is positief over de samenwerking tussen de Erasmushogeschool Brussel en de opleiding en over de deskundige inbreng van de Dienst Kwaliteitszorg. Tegelijkertijd heeft de commissie vastgesteld dat er voldoende ruimte is voor maatwerk en dat het team een duidelijke eigen visie op kwaliteitszorg heeft die aansluit bij het karakter van de opleiding. De kwaliteitscyclus bevat voldoende evaluatiemomenten en is duidelijk omschreven.

De commissie heeft gezien dat er voldoende ruimte is voor de inbreng van de verschillende stakeholders in het kwaliteitssysteem: dat geldt voor lectoren, studenten en werkveld. De inbreng van het werkveld is tot nu toe beperkt gebleven tot een resonantiebijeenkomst, maar de commissie heeft tot zijn genoegen vernomen dat de opleiding deze resonantiegroep verder wil uitbouwen naar een werkveldadviescommissie.

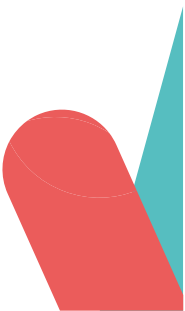
Oordeel: voldoende



2.5 Eindoordeel

De commissie beoordeelt elk van de generieke kwaliteitswaarborgen als voldoende en bijgevolg is ook het eindoordeel voor de opleiding graduaat in de marketing- en de communicatiesupport voldoende.

De visitatiecommissie is overtuigd van het profiel en het beoogde eindniveau van de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport. De opleiding sluit goed aan bij de eisen en wensen van het werkveld, wat onder andere tot uiting komt in de aandacht voor digitale vaardigheden. De opleiding sluit goed aan bij de Brusselse context en heeft aandacht voor het multiculturele karakter en de sociaaleconomische achtergrond van de doelgroep. Sterke punten in het programma zijn de heldere leerlijnen, de aandacht voor drie talen en de individuele begeleiding in het vak Talentontwikkeling. De commissie is van mening dat het programma goed aansluit bij de beoogde doelgroep. De commissie waardeert het toetsbeleid van de opleiding Marketing- en communicatiesupport en de invulling daarvan: de opleiding beschikt over een helder toetskader en maakt gebruik van een brede waaier aan evaluatievormen. Tot slot is er een goede basis voor de kwaliteitszorg gelegd, waarbij de opleiding nauw samenwerkt met de Erasmushogeschool Brussel.



3 Beoordelingsproces

De beoordeling werd uitgevoerd aan de hand van het “Kader Toets Nieuwe HBO5-Opleiding (omvorming)”, zoals bekrachtigd door de Vlaamse regering op 28 april 2017.

De commissie heeft zich aan de hand van de door de opleiding verstrekte documenten op de beoordeling voorbereid. Voorafgaand aan het vooroverleg heeft elk commissielid de eerste indrukken opgemaakt en werden prioritaire vragen opgelijst.

Tijdens een vooroverleg op 23 januari 2020 heeft de commissie alle verkregen informatie besproken en heeft zij tevens het toelichtend gesprek voorbereid.

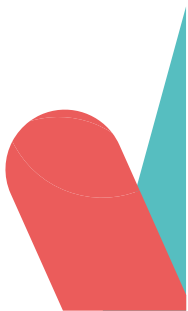
Het toelichtend gesprek vond plaats op een opleidingsonafhankelijke locatie te Brussel op 23 januari 2020 om 11.00 uur. De onderstaande gesprekspartners namen hieraan deel:

- Lector graduaat marketing en toekomstig opleidingshoofd graduaat in de marketing- en de communicatiesupport;
- Lector graduaat marketing en lector toekomstig graduaat in de marketing- en de communicatiesupport;
- Werkveldpartner – manager opleidingsteam bij Colruyt voor stageplaatsen bij Colruyt, o.a. op de afdeling communicatie- en marketing;
- Werkveldpartner - oprichter en CEO van Plant a Flag (Brussels marketingbureau);
- Student graduaat marketing;
- Diensthoud onderwijsontwikkeling, instellingsbestuur, ondersteuning bij de omvormingsdossiers.

Tijdens dit gesprek zijn de vraagpunten van de commissie aan de orde gesteld.

Tijdens een besloten nabespreking op 23 januari 2020 heeft de commissie alle verkregen informatie besproken en vertaald naar een oordeel op de vier generieke kwaliteitswaarborgen en een eindoordeel. De commissie heeft deze conclusie in volledige onafhankelijkheid genomen.

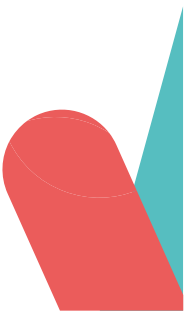
Het totaal aan beschikbare gegevens is verwerkt tot een ontwerp van adviesrapport dat naar alle commissieleden werd verstuurd. De feedback van de commissieleden is verwerkt. Het door de voorzitter vastgestelde adviesrapport werd naar de NVAO gestuurd op 18 februari 2020.



4 Overzicht oordelen

De onderstaande tabel geeft per generieke kwaliteitswaarborg het oordeel van de commissie uit hoofdstuk 2 weer.

Generieke kwaliteitswaarborg	Oordeel
1. Beoogd eindniveau	Voldoende
2. Onderwijsleeromgeving	Voldoende
3. Te realiseren eindniveau	Voldoende
4. Opzet en organisatie van de interne kwaliteitszorg	Voldoende
Eindoordeel	Voldoende



Bijlage 1: Basisgegevens over de opleiding

Partner samenwerkingsverband	Erasmushogeschool Brussel
Adres, website instelling	Nijverheidskaai 170, B-1070 BRUSSEL www.erasmushogeschool.be
Partner samenwerkingsverband	CVO COOVI
Adres, website instelling	E. Grysonlaan 1, B-1070 BRUSSEL www.cvocoovi.be
Status instelling	Ambtshalve geregistreerd
Naam opleiding (graad, kwalificatie)	Graduaat in de marketing- en de communicatiesupport
Afstudeerrichtingen	<ul style="list-style-type: none">• Marketingsupport• Communicatiesupport
Niveau en oriëntatie	Hoger beroepsonderwijs niveau 5 (HBO5)
(Bijkomende) titel	Gegradueerde in de marketing en de communicatiesupport
(Delen van) studiegebied(en)	Handelswetenschappen en bedrijfskunde
ISCED benaming van het studiegebied	041 Business and administration
Onderwijstaal	Nederlands
De vestiging waar de opleiding wordt aangeboden	Brussel-Hoofdstad en Vilvoorde
Studieomvang (in studiepunten)	120
Nieuwe opleiding voor Vlaanderen	Ja, HBO5 omvorming
HBO5-opleiding(en) van waaruit wordt omgevormd tot de nieuwe opleiding	HBO5-opleiding Marketing

Aansluitingsmogelijkheden en
mogelijke vervolgopleidingen

- Bachelor Bedrijfsmanagement – afstudeerrichting Marketing
- Bachelor Communicatiemanagement



Bijlage 2: Domeinspecifieke leerresultaten (DLR)

Graduaat in de marketing- en de communicatiesupport

1. De gegradueerde ondersteunt de afdeling/organisatie en maakt correct gebruik van passende tools en technieken in de functie van marketing- en/of communicatieactiviteiten.
2. De gegradueerde ondersteunt bij het beheer van de informatie en de data van de afdeling/organisatie.
3. De gegradueerde werkt probleemoplossend en doelgericht.
4. De gegradueerde werkt zowel zelfstandig als in team en handelt (pro)actief.
5. De gegradueerde onderhoudt contacten en relaties in functie van het uitvoeren van marketing- en/of communicatieprojecten en -acties.
6. De gegradueerde organiseert marketing- en/of communicatieprojecten en -acties en stemt af met de betrokken partijen.
7. De gegradueerde gebruikt meerdere talen bij het uitvoeren van zijn marketing- en/of communicatieprojecten en -acties.
8. De gegradueerde is zelfkritisch, identificeert eigen professionaliseringsnoden, ontwikkelt en verbetert permanent de eigen deskundigheid.
9. De gegradueerde draagt in overleg met de leidinggevende bij aan de kwaliteitszorg door projecten en acties op te volgen, te evalueren, verbetervoorstellen te formuleren en deze te implementeren.

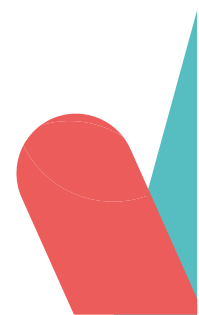
Afstudeerrichting communicatiesupport

10. De gegradueerde verzamelt en verwerkt data in functie van de communicatiestrategie en het communicatieplan.
11. De gegradueerde ondersteunt een bedrijf of organisatie bij het uitvoeren en de coördinatie van communicatieprojecten en -acties, rekening houdend met de communicatiestrategie.
12. De gegradueerde schrijft en redigeert eenvoudige teksten binnen een aangeleverd format.
13. De gegradueerde ondersteunt de interne en externe communicatie van een bedrijf of organisatie.

Afstudeerrichting marketingsupport

10. De gegradueerde verzamelt en verwerkt data in functie van de marketingstrategie en het marketingplan.
11. De gegradueerde ondersteunt een bedrijf of organisatie bij de uitvoering en de coördinatie van marketingprojecten en -acties, rekening houdend met de marketingstrategie.
12. De gegradueerde biedt ondersteuning aan commerciële medewerkers.

Datum validatie: 18 februari 2019



Bijlage 3: Samenstelling visitatiecommissie

De beoordeling is gebeurd door een visitatiecommissie aangesteld door de NVAO. Deze is als volgt samengesteld:

Dirk De Ceulaer (*voorzitter*) doctor in de Pedagogische Wetenschappen (specialisatie Onderwijspolitiek en –beleid aan de KU Leuven. Hoogleraar EHSAL (1988). Algemeen directeur EHSAL (1993-2003). Algemeen directeur Europese Hogeschool Brussel (2003-2008). Voorzitter Directiecomité Hogeschool-Universiteit Brussel (sedert 2008). Voorzitter van het Directiecomité HUB-KAHO Sint-Lieven (sedert 2010) en Odisee (sedert 2014). Ondervoorzitter (1999 en 2000) en voorzitter Vlaamse Hogescholenraad-VLHORA (2001 en 2002). Bestuurder en ondervoorzitter van de Associatie K.U. Leuven (sedert 2002). Waarnemend lid College van Bestuur K.U. Leuven (sedert 2008). Voorzitter Quartier Latin Brussel/Brik (sedert 1998). Voorzitter Onthaal en Promotie Brussel (2001-2011). Bestuurder en voorzitter van het Samenwerkingsplatform Hoger Onderwijs Brussel (sedert 2008). Lid Algemene Vergadering AZ Sint-Jan Brussel (2008-2011). Lid De Warande (sedert 1993). Bestuurder Muntpunt Brussel (sedert 2011).

Dirk Kerckhoven (*commissielid*) (Halle, 1970) is directeur van het Technisch Instituut Don Bosco (campus Brussel, Nederlandstalige afdeling). Het Technisch Instituut Don Bosco, gevestigd te Sint-Pieters-Woluwe, is een nijverheidstechnische school voor zowel technisch als beroepsonderwijs met zowel een Franstalige als een Nederlandstalige afdeling. Dirk Kerckhoven is actief op het vlak van onderwijsbeleid en -innovatie. Voorheen was hij verbonden aan de Karel de Grote Hogeschool waar hij o.m. actief was als docent, coördinator van het initiële onderwijs op maat-project en opleidingshoofd (lerarenopleiding). Hij was lid van verschillende adviescommissies m.b.t. de omvorming van de HBO5-opleidingen. Momenteel bereidt hij de implementatie voor van flexibele trajecten in het secundair onderwijs, met het oog op het realiseren van zowel model- als persoonlijke (deel)trajecten, waarbij de bijzondere focus ligt op het ontwikkelen van duale trajecten naast de bestaande trajecten leren en werken.

Luc van Dijk (*commissielid*) is the owner of AeronAdvies, which is independent SME marketing consultancy agency in Amsterdam, the Netherlands. AeronAdvies excels when it comes to online marketing, innovation and social impact. His specialties are: social media marketing, marketing communication and public relations and hands on support for any project. Luc holds a master degree in Communication Sciences (MSc), with a focus on effects of user generated content on brand-value. Besides working for AeronAdvies, Luc teaches online marketing courses at HU University of Applied Sciences Utrecht and Windesheim University of applied sciences. Luc also coordinates an international graduation course with students and supervisors around the world. Besides that he was councilor for the city of Hattem.

Isabelle Goossens (*student-commissielid*) Student graduaat in het bouwkundig tekenen, Hogeschool West-Vlaanderen, Brugge.

De commissie werd bijgestaan door:

- **Pieter Soete**, beleidsmedewerker Vlaanderen NVAO, procescoördinator.
- **Erik van der Spek**, tektschrijver en redacteur, extern secretaris.

Alle commissieleden, de procescoördinator en de secretaris hebben een onafhankelijkheids- en geheimhoudingsverklaring ingevuld en ondertekend waarmee zij tevens instemmen met de NVAO gedragscode.

Bijlage 4: Overzicht van de bestudeerde documenten

Informatiedossier opleiding

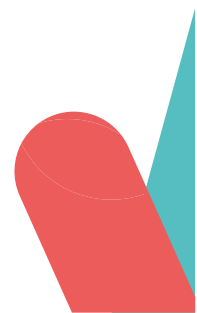
- Informatiedossier TNO HBO5 omvorming graduaat in de marketing- en de communicatiesupport van Erasmushogeschool Brussel

Verplichte bijlagen bij het informatiedossier

- Bijlage 1: OLR
- Bijlage 2: DLR
- Bijlage 3: Schematisch programmaoverzicht
- Bijlage 4: Verklaring op eer i.v.m. daadwerkelijk inzetten van voorziene middelen en personeel
- Bijlage 5: Contacten met het werkveld
- Bijlage 6: OER
- Bijlage 7: EVC/EVK-procedure
- Bijlage 8: Lijst met gekende aanvullingstrajecten naar een bachordiploma
- Bijlage 9: Rapport Commissie Hoger Onderwijs

Niet-verplichte bijlagen bij het informatiedossier

- Leerresultatenmatrix
- Overzicht overlegmomenten met vertegenwoordigers van de professionele bachelor Communicatiemanagement van EhB
- Beschrijving benchmark
- Verschil tussen OLR en DLR
- Verslag resonantiebijeenkomst
- Intentieverklaringen werkveld tot een samenwerking met EhB
- ECTS-fiches tweede deeltraject
- Beschrijving beschikbaar personeel
- Feedback studenten HBO5 Marketing bij het ontwerp van de graduaatsopleiding Marketing- en communicatiesupport
- Gedetailleerde budgettering
- Generiek toetsbeleid graduaatsopleidingen EhB



Colofon

GRADUAAT IN DE MARKETING- EN DE COMMUNICATIESUPPORT
ERASMUSHOGESCHOOL BRUSSEL • 9099

Toets nieuwe graduaatsopleiding • Adviesrapport
18 februari 2019

Samenstelling: NVAO • Vlaanderen



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@nvao.net
www.nvao.net