

2017/101



ONTVANGEN 08 DEC. 2017

CDHO

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Hogeschool voor de Kunsten
T.a.v. College van Bestuur
Postbus 1520
3500 BM UTRECHT

Hoger Onderwijs en
Studiefinanciering
Rijnstraat 50
Den Haag
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag
www.rijksoverheid.nl

Datum 07 DEC. 2017
Betreft Macrodoelmatigheidsbesluit inzake hbo Ad Design

Onze referentie
1289682
Uw brief van
31 oktober 2017
Uw referentie
172210
Bijlagen
1

Geacht College,

Met de brief van 31 oktober 2017, door de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 1 november 2017, hebt u mij het voornemen voorgelegd om de associate degree-opleiding Design als bekostigde opleiding (voltijd) te verzorgen in de gemeente Utrecht. De opleiding is voorgesteld in het Croho onderdeel Taal & Cultuur en de studielast is door u bepaald op 120 studiepunten.

Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 14 november 2017, kenmerk 2017/101, positief geadviseerd over uw aanvraag. Dit advies, dat integraal deel uitmaakt van dit besluit, treft u hierbij aan.

Besluit

Gelet op het bovengenoemd advies van de CDHO, het bepaalde in de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (hierna: WHW) en in de Beleidsregel doelmatigheid hoger onderwijs 2014 (hierna: Beleidsregel), heb ik besloten in te stemmen met uw voornemen om de associate degree-opleiding Design als bekostigde opleiding te verzorgen te Utrecht.

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor mijn besluitvorming is gelegen in artikel 6.2 van de WHW. Voorts is de Beleidsregel leidraad geweest voor mijn afwegingen. Voorts is de brief 'Wetsvoorstel invoering associate degree-opleiding' (2 maart 2017, kenmerk 1106268) van toepassing. Dit in acht nemende, gaat het hier om een besluit dat rechtskracht verkrijgt op het moment dat de wet Invoering associate degree-opleiding in werking treedt. Dat moment zal bij koninklijk besluit worden bepaald.

Motivering

Overeenkomstig het advies van de CDHO concludeer ik dat uw aanvraag voldoet aan de voorwaarden a, b en c van artikel 6 van de Beleidsregel. Voor de nadere motivering verwijs ik u naar het advies van de CDHO.

Een belanghebbende kan tegen dit besluit binnen zes weken na de dag waarop het besluit hem is toegezonden schriftelijk bezwaar maken. De belanghebbende dient daartoe een bezwaarschrift in bij de minister van OCW, onder vermelding van "Bezwaar", ter attentie van DUO, Postbus 606, 2700 ML in Zoetermeer. Meer informatie over het maken van bezwaar vindt u op www.bezwaarschriftenocw.nl

Onze referentie
1289682

Croho-procedure

Ingevolge artikel 6.2, zevende lid, van de WHW vervalt dit besluit indien de opleiding niet binnen tien maanden na dagtekening van dit besluit is geregistreerd in het Croho. Registratie binnen die termijn is niet eerder mogelijk dan nadat de NVAO een positief besluit heeft genomen in het kader van de toets nieuwe opleiding. In verband met de geldigheidsduur van dit besluit, adviseer ik u zo spoedig mogelijk bij de NVAO een aanvraag voor de toets nieuwe opleiding in te dienen. Voor de registratie van uw opleiding kunt u gebruik maken van a-Croho. Mocht u vragen hebben over de registratie, dan kunt u contact opnemen met registersho@duo.nl.

Een afschrift van deze brief is verzonden aan de CDHO, de NVAO, DUO-Groningen, de Inspectie van het Onderwijs en de VH.

de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
Ingrid van Engelshoven
namens deze,
de directeur Hoger Onderwijs en Studiefinanciering,



F.A. Hofman

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
t.a.v. de Minister
mw. mr. drs. I.K. van Engelshoven
Postbus 16375
2500 BJ DEN HAAG

Advies Geachte mevrouw Van Engelshoven,

Op 1 november 2017 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs het voornemen ontvangen van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht om de hbo Ad Design als bekostigde opleiding te verzorgen te Utrecht (brief van 31 oktober 2017 met kenmerk 172210). De aanvraag was voorzien van alle voor de beoordeling van de aanvraag benodigde gegevens en is door de commissie in behandeling genomen.

datum
14 november 2017

onderwerp
nieuwe opleiding
Hogeschool voor de Kunsten
Utrecht
voltijd hbo
Ad Design
Utrecht

Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs

Gelet op het hierna volgende adviseert de commissie u om positief te besluiten op het verzoek van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht om de Ad Design als bekostigde opleiding te Utrecht te verzorgen.

ons kenmerk
2017/101

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor dit advies is gelegen in artikel 6.2 van de Wet op het Hoger onderwijs en Wetenschappelijk onderzoek (WHW). Voorts heeft de Beleidsregel doelmatigheid hoger onderwijs van 3 juli 2014, verder te noemen de Beleidsregel, voor de commissie als leidraad gediend. Het beoordelingskader treft u in de bijlage bij dit advies aan.

bijlage
beoordelingskader

Voorts is de brief van de Minister van OCW d.d. 2 maart 2017 inzake het wetsvoorstel invoering Ad opleidingen (kenmerk 1106268) van toepassing. Deze aanvraag is conform de inhoud van voornoemde brief door de CDHO *beoordeeld als opleiding. Goedkeuring van deze aanvraag leidt tot voorwaardelijke goedkeuring totdat de voornoemde wet in januari 2018 in werking zal treden. Op dat moment wordt het voorlopige besluit omgezet naar een definitief besluit.*

Omschrijving van de aanvraag

Aanvrager wil de Ad Design per september 2018 in Utrecht aanbieden. Het gaat om een Nederlandstalige hbo Ad in het Croho onderdeel Taal & Cultuur. De Ad Design omvat 120 EC, wordt in voltijd aangeboden en heeft raakvlakken met de bachelor Design van aanvrager. Het verschil betreft de focus op creatief makerschap in plaats van de conceptuele kant van de eigen signatuur. De Ad Design legt de nadruk op ondernemerschap en effectieve samenwerkingsverbanden. Er zijn twee afstudeerrichtingen: Digitale Media en Connected Spaces. In de toekomst komen er mogelijk meer afstudeerrichtingen bij.

De Ad Design is toegankelijk voor afgestudeerden van creatieve studierichtingen van mbo 4 opleidingen en mensen met een havo of vwo diploma als zij over de juiste kwaliteiten beschikken. Er is geen sprake van een capaciteitsbeperking.

pagina 2 van 9 maar wel van een toelatingsprocedure. Daarbij wordt geselecteerd op beeldende kwaliteiten door een commissie bestaande uit drie docenten. Potentiële studenten moeten een portfolio, motivatiebrief en ingevulde vragenlijst indienen en krijgen eventueel een thuisopdracht en een gesprek.

Afgestudeerden van de Ad Design worden uitvoerend ontwerpers die met behulp van media, technieken en technologie inhoud verbeelden in mediale producten of visuele presentaties van ruimtelijke plannen. Als zij de afstudeerrichting Digitale Media hebben gedaan kunnen zij in een uitvoerende ontwerpersrol werken bij ontwerp bureaus of mediaproductiebedrijven. Als zij de afstudeerrichting Connected Spaces hebben gedaan kunnen zij werken aan ruimtelijke vraagstukken bij ontwerp bureaus of productiebedrijven of als zzp-ers bij publieke ruimtelijke projecten van gemeentes, woningbouwverenigingen en andere instellingen. Ook kunnen zij doorstromen naar de bachelor Design van aanvrager, bijvoorbeeld in de studierichtingen Image & Media Technology, Spatial Design of Product Design indien zij zich daarvoor in het tweede jaar van de Ad laten begeleiden.

Aanvrager doet een beroep op criteria a, b en c in art. 6 van de Beleidsregel.

Motivering

De aanvraag voldoet naar mening van de commissie aan de criteria a, b en c in art. 6 van de Beleidsregel.

Beoordeling criterium a Beleidsregel

Aanvrager stelt dat de Ad Design nieuw is en noodzakelijk om de gewenste vernieuwing te realiseren. Op Ad niveau bestaan nog geen soortgelijke opleidingen.

Ter onderbouwing van die stelling heeft aanvrager de Ad Design vergeleken met de volgende Ad's: Media Design van de LOI, Arts & Crafts van de Hogeschool Rotterdam, Interieurvormgever van ArtEZ en Communication & Multimedia Design van de Hogeschool Arnhem Nijmegen. De opleiding van de LOI is enigszins verwant omdat studenten ook technische kennis opdoen en creatief werken. De focus en inhoud komen enigszins overeen met de studierichting Digitale Media. Echter, wat vakken betreft is er weinig overlap. De Ad Design legt meer de nadruk op creativiteit en ondernemerschap terwijl de Ad Media Design de nadruk legt op mensgericht ontwerpen.

De Ad Arts & Crafts van de Hogeschool Rotterdam is net als de Ad Design van aanvrager een kunstopleiding, maar richt zich niet op media of ruimtelijke digitale producten. Studenten leren tastbare gebruiksvoorwerpen te maken. De Ad Interieurvormgever van ArtEZ vertoont enigszins overlap met de studierichting Connected Spaces van de Ad van aanvrager vanwege de focus op creatieve ruimtelijke ontwerpen. De Ad van aanvrager is echter breder, heeft voornamelijk andere vakken en is meer gericht op kunst.

De Ad Communication & Multimedia Design van de Hogeschool Arnhem Nijmegen is nog niet van start gegaan. Deze opleiding is meer gericht op ICT (o.a. webdesign en usability) dan de Ad Design van aanvrager. Verder geeft aanvrager aan dat commerciële hogescholen enigszins verwante opleidingen op het gebied van ICT en media aanbieden die op inhoud weliswaar verwant zijn, maar minder

pagina 3 van 9 breed en inhoudelijk anders. De commissie merkt op dat dit geen Ad's zijn en laat ze daarom buiten beschouwing.

Op grond van het bovenstaande concludeert de commissie dat de inhoud van de Ad Design nieuw is. Daarmee is de noodzaak van de Ad Design in de zin van de Beleidsregel aangetoond. De aanvraag voldoet aan criterium a in art. 6 van de Beleidsregel.

Beoordeling criterium b Beleidsregel

Aanvrager stelt dat de Ad Design aansluit op een arbeidsmarktbehoefte in combinatie met een maatschappelijke behoefte.

Beoordeling maatschappelijke behoefte

Aanvrager doet ter onderbouwing van de maatschappelijke behoefte een beroep op de Monitor Creatieve Industrie (2016, iMMovator) en een document over de Topsector Creatieve Industrie (Topsector Creatieve Industrie, Een tussenbalans, 2014).

In 2011 benoemde het Kabinet de Creatieve Industrie als Topsector. Het Topteam Creatieve Industrie heeft zich toen ten doel gesteld om Nederland te laten uitgroeien tot de meest creatieve economie van Europa in het jaar 2020. Jaarlijks worden circa 6.000 professionals in het hoger onderwijs opgeleid voor deze sector (Werkveld- en instroomonderzoek voor een Associate degree opleiding Design Connected Spaces, Wiersma & Van Rooijen, HKU, 26 oktober 2017, p.8). De Ad Design past volgens aanvrager bij deze doelstelling en valt grotendeels binnen de thema's en speerpunten van de Topsector Creatieve Industrie. In de Monitor Creatieve Industrie (2016, iMMovator, p. 12 en p. 13) wordt de relatie van de sector met ICT beschreven. De rol van ICT is groot en neemt toe.

Om tegemoet te kunnen komen aan de toenemende behoefte aan technisch personeel hebben de Topsectoren een techniekpact opgesteld. De Vereniging Hogescholen, Topsector Creatieve Industrie en creatieve bedrijven hebben het domein Creative Technology ontwikkeld zodat uit de combinatie van creativiteit en technologische kennis innovaties kunnen ontstaan en creatieve technologie aantrekkelijk wordt voor studenten (Topsector Creatieve Industrie, Een tussenbalans, 2014, p.21). De Ad Design sluit daar goed bij aan.

Op grond van de Monitor Creatieve Industrie (2016, iMMovator) en het document over de Topsector Creatieve Industrie (Topsector Creatieve Industrie, Een tussenbalans, 2014) concludeert de commissie dat de aanvraag aansluit op een maatschappelijke behoefte.

Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Aanvrager doet ter onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte een beroep op het Innovatiecontract creatieve industrie (2016-2017, CLICKNL, september 2015), de Monitor Creatieve Industrie (2016, iMMovator), het jaarverslag van de Federation Dutch Creative Industries (2016), een document van de Vereniging Hogescholen (Sterke arbeidsmarktpositie van de creatief opgeleide! 2017), een ROA rapport (Van startende kunstenaar tot gevorderde. De loopbaanontwikkeling van kunstenaars in de eerste vijf jaren na afstuderen, ROA, 2017), (RE-) CONNECTING the dots, een onderzoek naar vraag en aanbod van media- en ICT vaardigheden in de context van de Hilversum Media Campus (2013) en twee onderzoeken die zijn uitgevoerd door medewerkers van EXPHO en Tien

pagina 4 van 9 Organisatieadvies (Werkveld- en instroomonderzoek voor een Associate degree opleiding Design Digitale media, Wiersma & Van Rooijen, HKU, 26 oktober 2017; Werkveld- en instroomonderzoek voor een Associate degree opleiding Design Connected Spaces, Wiersma & Van Rooijen, HKU, 26 oktober 2017). De 27 vertegenwoordigers uit het werkveld die zijn geïnterviewd voor de arbeidsmarktonderzoeken vormen een representatieve steekproef, want zij zijn afkomstig van kleine en grote opdrachtgevers en werkgevers uit diverse sectoren en brancheorganisaties. Ook doet aanvrager een beroep op gegevens van het UWV (Grafische industrie. Arbeidsmarktupdate, 15 maart 2016) en het AIS van ROA.

De creatieve industrie groeit volgens aanvrager al jaren. Dit gaat sneller dan in andere sectoren. De creatieve sector behelst 180.000 fte en draagt met 1,8% groei per jaar bij aan het BNP (Innovatiecontract creatieve industrie, 2016-2017, CLICKNL, september 2015, p.8). Het aantal banen in de creatieve sector groeit met 1,4% per jaar. De creatieve industrie behelst 3,7% van de banen in Nederland. Tussen 2005 en 2015 is de werkgelegenheid in deze sector gemiddeld met 2,3% per jaar toegenomen. Het gaat voornamelijk om zelfstandig ondernemers (Monitor Creatieve Industrie, 2016, iMMovator, p.5-8). Tussen 2005 en 2015 groeide de deelsector design binnen de creatieve zakelijke dienstverlening het hardst met bijna 11% per jaar (Monitor Creatieve Industrie, 2016, iMMovator, p.26). Tussen de eerste en tweede helft van 2016 groeide de sector met 40%. Echter, ondernemers merken ook dat het werven van nieuwe klanten steeds meer moeite kost en in bepaalde branches geschikt personeel vinden lastiger wordt. Een actiepunt van de Topsector betreft het ontwikkelen van talent met hedendaagse vaardigheden zoals samenwerken en creativiteit (Federation Dutch Creative Industries, jaarverslag 2016, p.28 en p.30).

De werkloosheid in het hbo onderwijs op het gebied van kunst bedroeg in 2016 3,1%. In 2015/2016 was sprake van een daling van de werkloosheid onder kunstenaars van 3,6% naar 3,1% (Sterke arbeidsmarktpositie van de creatief opgeleide! Vereniging Hogescholen, 2017, p.1-3). Het aantal afgestudeerden van kunstopleidingen met een baan op minimaal hbo-niveau is tussen 2010 en 2015 gestegen met 6%, van 72% naar 78% van de afgestudeerden. Het aandeel afgestudeerden dat in het eigen vakgebied werkt is tussen 2011 en 2015 gestegen van 53% naar 63% (Van startende kunstenaar tot gevorderde. De loopbaanontwikkeling van kunstenaars in de eerste vijf jaren na afstuderen, ROA, 2017, p.V).

Voor de studierichting Digitale Media zijn mediabedrijven relevant. Daaruit komt naar voren dat er zowel vanuit traditionele mediabedrijven als andere opdrachtgevers vraag is naar verhalen en beelden. Er is veel werk in design & development, maar er is sprake van veel concurrentie en veel zzp-ers. Het is belangrijk dat werknemers artistiek kunnen werken binnen door opdrachtgevers verschaft kaders. De bevrageden geven aan dat de Ad Design goed aansluit bij deze wens, maar bestaande opleidingen leveren al gedeeltelijk dergelijk personeel. Bij bestaande opleidingen is de focus echter niet optimaal omdat creativiteit, techniek en praktijk meer moeten samenkomen (Werkveld- en instroomonderzoek voor een Associate degree opleiding Design Digitale media, Wiersma & Van Rooijen, HKU, 26 oktober 2017, p.2, p.11, p.12, p.16 en p.20).

pagina 5 van 9 Ook uit (RE-)CONNECTING the dots, een onderzoek naar vraag en aanbod van media- en ICT vaardigheden in de context van de Hilversum Media Campus (2013, p.13) blijkt dat verwante opleidingen niet goed aansluiten bij de arbeidsmarktbehoefte, want kennis van techniek is nodig in medialand, waarbij de nadruk ligt op het ontwerpen van concrete producten. Deze typering past goed bij de Ad Design.

Voor de studierichting Connected Spaces is zowel het publieke als private domein relevant. De markt voor ontwikkeling, projectinrichting en standbouw groeit snel. Verhalend beeld wordt steeds belangrijker, waarbij ontwerpers samenwerken met opdrachtgevers, uitvoerders en eindgebruikers. Uit het arbeidsmarktonderzoek (Werkveld- en instroomonderzoek voor een Associate degree opleiding Design Connected Spaces, Wiersma & Van Rooijen, HKU, 26 oktober 2017, p.2, p.18 en p.20) blijkt dat werkgevers het mbo niveau soms niet voldoende vinden maar een hbo bacheloropleiding is niet altijd nodig. De Ad zou hier een uitkomst kunnen bieden.

Aanvrager doet een beroep op een Factsheet ICT van het UWV (maart 2017), maar de commissie acht de doelgroep ICT te breed. Gegevens over de grafische industrie vindt zij wel relevant. In deze industrie is de werkgelegenheid sinds de jaren '90 gedaald. Echter, na jarenlange dalingen zijn er in de eerste drie kwartalen van 2015 1.500 vacatures bij gekomen (UWV Grafische industrie. Arbeidsmarktupdate, 15 maart 2016, p.2).

Aanvrager geeft aan dat in het AIS van ROA passende functies voor afgestudeerden van de Ad Design binnen de classificaties informatica & communicatie en cultuur, sport & recreatie vallen. Het gaat specifiek om grafisch vormgevers & productontwerpers. Voor deze beroepsgroep is het aantal verwachte baanopeningen tot 2020 erg laag, maar de uitbreidingsvraag is gemiddeld en enige knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening worden verwacht (zie Tabel 1).

Tabel 1. Arbeidsmarktprognose grafisch vormgevers en productontwerpers.

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal %6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte uitbreidingsvraag tot 2020		3500	7	1.1	gemiddeld
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte vervangingsvraag tot 2020		2790	5	0.9	erg laag
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte baanopeningen tot 2020		6300	12	1.9	erg laag
Grafisch vormgevers en productontwerpers	TKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2020	0.9				enige

Bron: ROA, AIS

De commissie heeft gekeken naar de verwante opleidingscategorie mbo 4 media en vormgeving. Voor afgestudeerden mbo 4 media en vormgeving is het aantal verwachte vacatures redelijk hoog (zie Tabel 2). Echter, meer afgestudeerden dan vacatures worden voorspeld en knelpunten worden niet verwacht. De commissie verwacht dat de vooruitzichten voor afgestudeerden van de Ad Design beter zijn omdat zij hoger zullen zijn opgeleid.



Commissie
Doelmatigheid
Hoger Onderwijs

pagina 6 van 9 Tabel 2. Arbeidsmarktprognose mbo 4 media en vormgeving.

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal %/jr	Gem. jaarlijks %	Typering
mbo 4 media en vormgeving	verwachte uitbreidingsvraag tot 2020		2400	6	1	hoog
mbo 4 media en vormgeving	verwachte vervangingsvraag tot 2020		7200	19	3	gemiddeld
mbo 4 media en vormgeving	verwachte baanopeningen tot 2020		9600	25	3,8	gemiddeld
mbo 4 media en vormgeving	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2020		22000	58	7,9	erg hoog
mbo 4 media en vormgeving	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2020	1,32				geen
mbo 4 media en vormgeving	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2020	1,32				slecht

Regionaal gezien is de media en entertainment industrie in Utrecht tussen 2013 en 2015 jaarlijks wat werkgelegenheid betreft gegroeid met 4% (Monitor Creatieve Industrie, 2016, iMMovator, p.54). Digitaal design is het snelst groeiende domein van de creatieve industrie met minimaal 10% per jaar. Utrecht is met 440 banen bij grotere werkgevers een veelbelovende regio (Monitor Creatieve Industrie, 2016, iMMovator, p.76-78).

Alles overwegende is de commissie van mening dat een bescheiden arbeidsmarkt voor afgestudeerden van de Ad Design aannemelijk is gemaakt.

De commissie concludeert dat de aanvraag aansluit op een maatschappelijke en een bescheiden arbeidsmarktbehoefte. De aanvraag voldoet aan criterium b in art. 6 van de Beleidsregel.

Beoordeling criterium c Beleidsregel

Aanvrager heeft in de prestatieafspraken met de Minister een drietal zwaartepunten vastgelegd, te weten kerkmuziek, muziektechnologie en theatervormgeving/beeldregie. De Ad Design sluit daar niet op aan. Aangezien de Ad Design niet aansluit op de prestatieafspraken dient de aanvraag te voldoen aan alle elementen van criterium c in art. 6 van de Beleidsregel.

Vanaf 1 november 2017 is op de site van de CDHO kennis gegeven van het voornemen van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht om de Ad Design in Utrecht aan te bieden. Hiermee is aan de instellingen voor hoger onderwijs de mogelijkheid gegeven om hun zienswijzen op dit voornemen kenbaar te maken. Aanvrager heeft een bijeenkomst gehouden met creatieve middelbare beroepsopleidingen uit de regio Utrecht/Hilversum. De Ad zorgt voor een betere aansluiting tussen de ROC's en Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. Zienswijzen zijn niet ingediend.

Aanvrager heeft voor zover mogelijk een overzicht geleverd van de instroom in verwante bekostigde opleidingen (zie Tabel 3). De Ad Communication & Media Design is nog niet gestart. De instroom in verwante onbekostigde opleidingen zoals de Ad Media Design van de LOI is niet bekend. De commissie heeft bij de beoordeling van de aanvraag dan ook geen rekening kunnen houden met de belangen van deze opleidingen.

De instroom in het verwante onderwijsaanbod steeg bij Arts & Crafts, maar daalde de laatste paar jaar bij Interieurvormgeving. Omdat de verwante Ad's een toelatingsprocedure hanteren betekent een dalende instroom niet per definitie dat



Commissie
Doelmatigheid
Hoger Onderwijs

pagina 7 van 9 de interesse van potentiële studenten afnam, maar dat er mogelijk minder geschikte kandidaten konden worden geselecteerd uit de aanmeldingen.

Tabel 3. Instroom in verwante Ad's.

Ad	instelling	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Interieur- vormgever	ArtEZ	4	18	14	13	10
Arts & Crafts	Hogeschool Rotterdam	18	23	33	51	55
	<i>Totaal aantal eerstejaars studenten</i>	22	41	47	64	65

Bron: Criho

Aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de Ad Design op grond van een onderzoek inzake de inhoud van de aangevraagde Ad onder ROC studenten van relevante mbo 4 opleidingen uit de regio (Instroomonderzoek voor een Associate degree opleiding Media/Interactieve Techniek voor de HKU, Wiersma & Van Rooijen, 6 juli 2016). De vragenlijsten zijn door 310 leerlingen ingevuld en de validiteit is geverifieerd met meer actuele cijfers. Gezien de wensen om door te studeren wordt de instroom voor de studierichting Digitale Media conservatief ingeschat op 260 studenten en voor de studierichting Connected Spaces op 160 studenten, met een totaal van 400 studenten per jaar. Gezien de toelatingsprocedure acht de commissie deze schatting aan de hoge kant.

Als de instroom in de bestaande opleidingen en de verwachte instroom in de Ad Design worden afgezet tegen de bescheiden arbeidsmarktbehoefte die bij criterium b aannemelijk is gemaakt, blijkt dat er vanuit de landelijke arbeidsmarkt gezien ruimte is om de Ad Design binnen het bekostigde domein vorm te geven.

Aanvrager heeft een beschrijving geleverd van de inbedding in de bestaande kennisinfrastructuur. Een kernteam voor de Ad Design is gevormd. Er zal intensief worden samengewerkt met de lectoraten Interactief Narratief Design, Performatieve Maakprocessen en de expertisecentra Creatieve Technologie en Creatief Ondernemerschap. Passende faciliteiten zoals actueel ingerichte werkplaatsen, studio's, ICT- en mediatheekvoorzieningen zijn aanwezig, evenals een uitleen van specialistische apparatuur.

Vestiging van de Ad Design in Utrecht heeft geen negatief effect op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod.

De commissie concludeert dat er ruimte in het landelijk aanbod bestaat om de Ad Design te realiseren en adviseert aanvrager gezien de beperkte ruimte op de arbeidsmarkt om voorzichtig om te springen met de toelating van studenten. De aanvraag voldoet aan criterium c in art. 6 van de Beleidsregel.

pagina 8 van 9 Gelet op het vorenstaande adviseert de Commissie Doelmatigheid Hoger
Onderwijs u om positief te besluiten op het voorliggende verzoek.

De Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs



drs. P.M.M. Rullmann
voorzitter

Beoordelingskader macrodoelmatigheid nieuwe opleiding

Aan de hand van de in de Beleidsregel doelmatigheid hoger onderwijs van 3 juli 2014 genoemde voorwaarden worden voornemens tot het verzorgen van een nieuwe opleiding beoordeeld op doelmatigheid. Een nieuwe opleiding kan volgens artikel 6 van deze Beleidsregel alleen doelmatig worden geacht indien het voornemen voldoet aan de criteria a, b en c.

Volgens criterium a heeft het instellingsbestuur aangetoond dat uitbreiding van het landelijk aanbod met de nieuwe opleiding noodzakelijk is en dat de vernieuwing niet kan worden gerealiseerd binnen het landelijk bestaande opleidingsaanbod.

Volgens criterium b heeft het instellingsbestuur aangetoond dat er behoefte bestaat aan de nieuwe opleiding, zijnde overwegend een arbeidsmarktbehoefte, dan wel een overwegend maatschappelijke behoefte in combinatie met een arbeidsmarktbehoefte, dan wel een overwegend wetenschappelijke behoefte in combinatie met een arbeidsmarktbehoefte.

Volgens criterium c dient het instellingsbestuur aan te tonen dat er in het landelijk onderwijsaanbod ruimte is voor de opleiding. Indien de voorgenomen opleiding aansluit op zwaartepunten die de instelling heeft vastgelegd in de prestatieafspraken¹, wordt aangenomen dat is voldaan aan criterium c, tenzij naar het oordeel van de Minister reeds voldoende opleidingen in de behoefte kunnen voorzien.

¹ In de beschikkingen tot toekenning van de prestatiebekostiging heeft de Minister geen uitspraken gedaan over de doelmatigheid van eventueel in het voorstel aangekondigde nieuwe opleidingen of vestigingsplaatsen.