



ONTVANGEN 31 MEI 2017

CDHO

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en  
Wetenschap

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Stenden Hogeschool  
T.a.v. De heer Mr. L.J. Klaassen  
Rengerslaan 8  
8917 DD LEEUWARDEN

Hoger Onderwijs en  
Studiefinanciering  
Rijnstraat 50  
Den Haag  
Postbus 16375  
2500 BJ Den Haag  
[www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)

Datum **30 MEI 2017**  
Betreft Besluit inzake macrodoelmatigheid hbo masteropleiding Content &  
Media Strategy

Onze referentie  
1197986

Uw brief van  
10 april 2017

Uw referentie  
143/4050

Bijlagen  
1

Geachte heer Klaassen,

Met uw brief van 10 april 2017, door de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 12 april 2017 hebt u mij het voornemen voorgelegd om de hbo masteropleiding Content & Media Strategy als bekostigde opleiding te verzorgen in Leeuwarden (voltijd). De opleiding is voorgesteld in het Croho onderdeel Economie en de studielast is door u bepaald op 60 studiepunten.

#### Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 11 mei 2017, met het kenmerk 2017/20, positief geadviseerd over uw aanvraag. Het advies van de CDHO dat integraal onderdeel uitmaakt van dit besluit, treft u hierbij aan.

#### Besluit

Gelet op de advisering 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 hbo masteropleiding Content & Media Strategy (voltijd) te verzorgen als bekostigde opleiding in de gemeente Leeuwarden.

#### 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.

#### Motivering

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

#### Croho-procedure

Ingevolge artikel 6.2, zevende lid, van de WHW, vervalt dit besluit indien de opleiding niet binnen tien maanden na dagtekening van het besluit is geregistreerd in het Centraal register opleidingen hoger onderwijs (Croho). Registratie binnen die termijn is niet eerder mogelijk dan nadat de NVAO over

*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/staatssecretaris 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](http://www.bezwaarschriftenocw.nl)*

Onderhavige opleiding 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 een toets nieuwe opleiding in te dienen.

**Onze referentie**  
1197986

Een afschrift van deze brief is gezonden aan de CDHO, de NVAO, de Vereniging Hogescholen, de Inspectie van het Onderwijs en de Dienst Uitvoering Onderwijs (Groningen).

Met vriendelijke groet,

de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,  
dr. Jet Bussemaker  
namens deze,  
de directeur Hoger Onderwijs en Studiefinanciering,



E. A. Hofman



**Commissie  
Doelmatigheid  
Hoger Onderwijs**

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap  
t.a.v. de directeur Hoger Onderwijs & Studiefinanciering  
drs. F.A. Hofman  
Postbus 16375  
2500 BJ DEN HAAG


Geachte heer Hofman,

**datum** 11 mei 2017  
**onderwerp** advies nieuwe opleiding hbo master Content & Media Strategy Stenden hogeschool Leeuwarden  
**ons kenmerk** 2017/20  
**bijlagen** advies CDHO

Hierbij ontvangt u het advies van de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs inzake de aanvraag voor een nieuwe opleiding van Stenden hogeschool ten behoeve van de hbo master Content & Media Strategy te Leeuwarden.

Ik verzoek u mij een afschrift van uw besluit toe te zenden.

Ik ga ervan uit u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd,  
met vriendelijke groet,



drs. P.M.M. Rullmann  
voorzitter CDHO



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap  
t.a.v. de Minister  
mw. dr. M. Bussemaker  
Postbus 16375  
2500 BJ DEN HAAG

**Advies** Geachte mevrouw Bussemaker,

datum  
11 mei 2017

Op 12 april 2017 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs het voornemen ontvangen van Stenden hogeschool om de hbo master Content & Media Strategy (voortaan vermeld als master CMS) als bekostigde opleiding te verzorgen te Leeuwarden. De aanvraag was voorzien van alle voor de beoordeling van de aanvraag benodigde gegevens en is door de commissie in behandeling genomen.

onderwerp  
nieuwe opleiding  
Stenden hogeschool  
voltijd hbo  
master

**Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs**

Gelet op het hierna volgende adviseert de commissie u om positief te besluiten op het verzoek van Stenden hogeschool om de master CMS als bekostigde opleiding te Leeuwarden te verzorgen.

Content & Media Strategy  
Leeuwarden

**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.

ons kenmerk  
2017/20

bijlagen  
beoordelingskader

**Omschrijving van de aanvraag**

Aanvrager wil de master CMS in Leeuwarden aanbieden. Het gaat om een Engelstalige hbo master in het Croho onderdeel Economie. De opleiding omvat 60 EC en wordt in voltijdvorm aangeboden.

Studenten leren het proces van ontwikkeling van een content- en mediastrategie aansturen. De master CMS bestaat inhoudelijk uit de vier kernthema's creatie, distributie, science en strategie. Deze doorstroommaster is toegankelijk voor drie doelgroepen: afgestudeerden van de bachelor media en entertainment management van aanvrager, studenten van bachelors uit aanverwante domeinen zoals business, management, hospitality en leisure en internationale studenten met een soortgelijke bachelor.

Afgestudeerden van de opleiding kunnen strategisch advies geven bij marketingbureaus, media-uitgeverijen en -bureaus en bij bedrijven en organisaties werken die eigen afdelingen hebben voor communicatie- of marketingstrategie.

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

pagina 2 van 8 **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 opleiding verwant is aan een aantal bestaande bachelor- en masteropleidingen in het media-georiënteerde domein maar stelt ook dat de opleiding nieuw is en noodzakelijk om de gewenste vernieuwing te realiseren. Dit wordt onderbouwd door een onderzoek dat Hobéon in opdracht van aanvrager heeft uitgevoerd (Klaassen, Klapwijk & Wierda, Arbeidsmarktonderzoek hbo-masteropleiding Content & Media Strategie Stenden Hogeschool, Hobéon, januari 2017). Bestaande bachelors verschillen, bijvoorbeeld op het gebied van storytelling en de toepassing van nieuwe mediavormen ten behoeve van strategische concepten binnen praktijkvraagstukken.

Vergeleken met 8 andere bekostigde en onbekostigde masters blijkt vernieuwing binnen het bestaande aanbod lastig vanwege verschillen in positionering, doelgroep, inhoud of structuur. Vrijwel alle hbo masters zijn meer gericht op het ontwerpen en creëren van mediaproducten en gestaafd op techniek of creatie terwijl de master CMS is gericht op strategie. Voor de wetenschappelijke marketing masters is die van de Universiteit Tilburg als voorbeeld genomen. De VU, RUG en EUR bieden ook marketing masters aan. Deze masters worden breder ingestoken en zijn bedrijfskundig van aard. Er is nog geen master op het snijvlak van media, entertainment en communicatie/marketing in Nederland.

Tabel 1. Aanverwante masters.

master	instelling
Crossover creativity	HK Utrecht
Media Innovation	NHTV Breda
Imagineering, Master in Business Innovation from the experience Perspective	NHTV Breda
Master of Marketing	Avans+ Breda (onbekostigd)
Master Media Design and Communication	Hogeschool Rotterdam
Digital Design	Hogeschool van Amsterdam
MFA Media, Art, Design, Technology	Hanzehogeschool Groningen
WO Master Marketing Management	Universiteit Tilburg

Bron: aanvraag

Op grond van het bovenstaande concludeert de commissie dat de inhoud van de master CMS op cruciale onderdelen van andere opleidingen verschilt en daarom nieuw is. Daarmee is de noodzaak van deze opleiding 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 master CMS aansluit op een arbeidsmarktbehoefte in combinatie met een maatschappelijke behoefte.

*Beoordeling maatschappelijke behoefte*

De doorstroompositie van de master CMS ligt in lijn met de visie uit de Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 2015-2025 (De Waarde(n))



**Commissie  
Doelmatigheid  
Hoger Onderwijs**

pagina 3 van 8 van weten, 2015). Daarin is afgesproken het opleidingsaanbod te herordenen teneinde beter in te spelen op de arbeidsmarkt. De nieuwe opleiding kan zorgen voor een doorlopende leerlijn in het domein creative business (van bachelor Media en Entertainment management naar master CMS) De Sociaal Economische Raad beveelt doorlopende leerlijnen aan (SER, Leren in het hoger onderwijs van de toekomst, Advies over de Strategische Agenda Hoger Onderwijs 2015-2025, oktober 2015). Gestreefd wordt naar een hoger aandeel vwo leerlingen in het hbo. Er is al een 3-jarig bachelortraject Media en Entertainment management. Deze 1-jarige master kan extra instroom van vwo naar hbo genereren.

De master CMS draagt bij aan de Topsector Creatieve Industrie en sluit aan bij de sectorale herordening in het economische domein. Van alle bedrijven valt 11% binnen de creatieve industrie, met ruim 294.000 werknemers. In 2012 is het HBO Platform Creatieve Industrie opgericht om de positie van het hbo ten opzichte van de ontwikkelingen van deze sector uit te kristalliseren. Het doel van het Topteam Creatieve Industrie is om Nederland uit te laten groeien tot de meest creatieve economie van Europa in 2020. De master CMS sluit aan bij het doel om in 2020 voldoende mogelijkheden te hebben om relevante kennis en onderzoeksvaardigheden op te doen op alle onderwijsniveaus (Smart and Creative Human Capital: Talent voor de Topsector Creatieve Industrie, Human Capital Agenda voor de Topsector Creatieve Industrie, 22 februari 2012).

Ook sluit de master CMS aan bij de Kennis en Innovatieagenda Creatieve Industrie 2016-2019. De hoofdonderwerpen daarvan zijn Contentcreatie en -exploitatie, veranderingen in de ketens rond contentproductie, het SMART maken van diensten met big data en individuele gebruikerservaringen.

CLICKNL richt haar onderzoek op thema's zoals Smart Social Creative Futures, Redefining Innovation, User Impact en Business Transfer (CLICKNL, Kennis & innovatieagenda creatieve industrie 2016-2019). In het Innovatiecontract Creatieve Industrie is opgenomen dat in 2016-2017 door kennisinstellingen €84 miljoen wordt geïnvesteerd in het versterken van de kennisbasis Creatieve Industrie (CLICKNL – Innovatiecontract creatieve industrie 2016-2017). De commissie concludeert dat de aanvraag aansluit op een maatschappelijke behoefte inzake de Creatieve Industrie.

#### Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Opdrachten van communicatie- en mediabureaus worden steeds complexer en meer overstijgend. De bedrijfstak heeft zich ontwikkeld op het snijvlak van media, design en communicatie (Monitor Creatieve Industrie, 2014). Daar speelt de master CMS, die is vormgegeven in samenspraak met het bedrijfsleven op in. Deze leidt op voor nieuwe functies zoals brand publisher en content strateeg. Andere passende functies zijn content manager, brand manager, mediaplanner, webredacteur met doorgroeimogelijkheden naar marketing- en mediamanager, content en media director en hoofd strategie.

Afgestudeerden van de master CMS kunnen bij een breed spectrum aan organisaties in de creatieve industrie werken aan media-inzet om organisatiedoelstellingen te realiseren. De content productie en distributie in deze topsector groeit en daarmee ook de behoefte aan hoger opgeleide content en mediastrategen. Gezien het jonge karakter van het beroep is de vervangingsvraag voor content en media strategieprofessionals gering.

pagina 4 van 8 Het aantal fte in de Topsector Creatieve Industrie is tussen 2010 en 2015 gestegen. Een deel van de bedrijven en banen daarin en in de media- en entertainmentsector zijn echter niet terug te vinden in statistieken vanwege de opkomst van nieuwe bedrijfstakken door herschikking. De nieuwe sector is goed voor minstens 6.000 banen in Nederland in 2013 (Monitor Creatieve Industrie 2014, p.13).

In het onderzoek van Hobéon (Klaassen, Klapwijk & Wierda, Arbeidsmarktonderzoek hbo-masteropleiding Content & Media Strategie Stenden Hogeschool, Hobéon, januari 2017) is gekeken naar marketing- en mediabureaus, mediabedrijven en bedrijven die content- en mediastrategen nodig hebben. Zij schetsen een positief beeld van de arbeidsmarkt. Echter, omdat weinig bedrijven de vragenlijst hebben ingevuld zijn de uitkomsten slechts indicatief en kunnen geen generaliserende uitspraken worden gedaan. Bij de helft van deze bedrijven bestaan functies die aansluiten op het profiel van de master CMS. Het gaat om meer dan 100 banen (Klaassen, Klapwijk & Wierda, Arbeidsmarktonderzoek hbo-masteropleiding Content & Media Strategie Stenden Hogeschool, Hobéon, januari 2017, p.9). Zowel op korte als op lange termijn verwachten zij groei. Op de middellange termijn verwacht iedereen vacatures. De schatting bedraagt 47 vacatures maar deze indicatie niet representatief voor de arbeidsmarkt omdat weinig organisaties de vragenlijst hebben ingevuld. Ruim de helft verwacht een groot aantal vacatures. Uit interviews met een dozijn experts blijken voor CMS alumni niet alleen kansen te liggen bij media- en marketingbureaus, maar ook bij organisaties met dergelijke afdelingen en functies (Klaassen, Klapwijk & Wierda, Arbeidsmarktonderzoek hbo-masteropleiding Content & Media Strategie Stenden Hogeschool, Hobéon, januari 2017 p.14). Ze zijn allemaal enthousiast over de master CMS die anticipeert op de nieuwe mediawerkelijkheid. Nieuwe functies zoals engagement manager ontstaan in dat domein. Naar aanleiding van de interviews is bepaald welke inhoud belangrijk is voor de opleiding en vervolgens is deze aangepast.

ROA functiecategorieën die het meest overeenkomen met het profiel van de master CMS zijn adviseur marketing, pr en sales en ook manager verkoop en marketing (ROA, 2015, De arbeidsmarkt naar opleiding en beroep tot 2020). Beide beroepsgroepen zullen tot 2020 groeien. In totaal zullen beide beroepen samen tot 2020 goed zijn voor 20.600 vacatures. Beide beroepen bieden goede loopbaanperspectieven met goede uitwijkmogelijkheden naar een andere sector, die weliswaar conjunctuurgevoelig is. De commissie merkt op dat de beroepsprofielen niet helemaal overeen komen met de master CMS en daarom ook afgestudeerden van vele andere (licht) aanverwante marketingopleidingen kunnen opteren voor deze baanopeningen. Daarom zijn de baankansen eerder redelijk dan goed.

In Friesland groeit de informatie- en communicatiesector volgens ROA tot 2020 met 9%. Dan is meer dan het Nederlandse gemiddelde (CBS, Monitor topsectoren 2016: Methodebeschrijving en tabellenset 2016).

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.



**Commissie  
Doelmatigheid  
Hoger Onderwijs**

pagina 5 van 8 *Beoordeling criterium c Beleidsregel*

Aanvrager heeft in de prestatieafspraken met de Minister een aantal zwaartepunten vastgelegd. De master CMS sluit aan bij het zwaartepunt Service Economy. Ook sluit deze aan bij het zwaartepunt profilering onderwijs en bij het speerpunt van aanvrager, internationalisation at home. Het vergroten van de rol van onderzoek is één van de speerpunten van aanvrager (Validatiecommissie Kwaliteitszorg Onderzoek, Validatierapport Kwaliteitszorg Onderzoek Stenden Hogeschool, november 2012). Vanwege de aansluiting bij zwaartepunten wordt aangenomen dat de aanvraag voldoet aan criterium c, tenzij naar het oordeel van de Minister reeds voldoende opleidingen in de vraag kunnen voorzien.

Aanvrager heeft een overzicht geleverd van de instroom in verwante bekostigde opleidingen (zie Tabel 2). De instroom in verwante onbekostigde opleidingen 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 bekostigde onderwijsaanbod groeide. De enige verwante opleiding in Groningen groeide ook, maar het aantal inschrijvingen bleef daar bescheiden (zie Tabel 2). Mede omdat de insteek van deze opleidingen anders is met andere doelgroepen verwacht aanvrager dat de master CMS nagenoeg geen invloed zal hebben op de instroom.

Tabel 2. Overzicht instroom op onderdelen vergelijkbare bekostigde masters.

master	instelling	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17
Crossover creativity	HK Utrecht	-	-	-	20	19
Media Innovation	NHTV Breda	Onb.	Onb.	20	49	48
Master Media Design and Communication	Hogeschool Rotterdam	11	12	15	10	14
Digital Design	Hogeschool van Amsterdam	-	-	-	-	-
MFA Media, Art, Design, Technology	Hanzehogeschool Groningen	3	4	8	11	12
WO Master Marketing Management	Universiteit Tilburg	210	157	185	145	225
<i>totaal</i>		<i>224</i>	<i>173</i>	<i>228</i>	<i>235</i>	<i>318</i>

NB: De opgenomen cijfers zijn verkregen via de website van de Vereniging Hogescholen. Digital Design (HvA) start pas in 2017/2018. De cijfers van Marketing Management zijn op verzoek geleverd door DUO.

Aanvrager heeft een onderzoek uitgevoerd onder 210 studenten van de bachelor. Onder studenten media en entertainment management is de belangstelling groot omdat de helft van hun afstudeeronderzoeken inhoudelijk aansluit op de master CMS. Hiermee willen studenten doorstromen naar hogere posities. Ook bij aanpalende opleidingen zitten geïnteresseerde studenten. Een aantal van hen vond geen soortgelijke hbo masters en heeft daarom belangstelling. De master CMS sluit logisch op aan op de bachelors, is verdiepend en actueel. De studenten hebben geen voorkeur voor voltijd of deeltijd.

Hobéon voorspelt op basis van bevroegden die zeker belangstelling hebben een instroom van 23 tot 84 studenten per jaar. Aanvrager kijkt naar de voorspellingen van Hobéon, de eigen ervaring en instroomontwikkelingen in vergelijkbare opleidingen en verwacht 25 tot 30 studenten per jaar (zie Tabel 3). Op termijn zal dit aantal stabiliseren rond de 50. De commissie acht deze prognose te



pagina 6 van 8 optimistisch gezien de bescheiden instroom bij een verwante opleiding in Groningen en verwacht eerder 15 tot 20 inschrijvingen in het eerste jaar.

Tabel 3. Overzicht geschatte instroom.

<b>Herkomst instromers MCMS</b>	<b>aantal</b>
bachelor Media & Entertainment, Stenden	12
Overige bacheloropleidingen, Stenden	4
bachelors Media & Entertainment Inholland/NHTV en andere aanverwante opleidingen	2
Internationale studenten	8
<i>Totale jaarlijkse instroom 2018-2020</i>	<i>26</i>

Bron: aanvraag

Vanaf 12 april 2017 is op de site van de CDHO kennis gegeven van het voornemen van Stenden hogeschool om de master CMS in Leeuwarden aan te bieden. Hiermee is aan de instellingen voor hoger onderwijs de mogelijkheid gegeven om hun zienswijzen op dit voornemen kenbaar te maken. De NHTV heeft een zienswijze ingediend omdat zij sterke overlap ziet met de master in Media Innovation. Deze wordt in voltijd aangeboden in Breda en in deeltijd in Hilversum. De NHTV geeft aan dat vraag en aanbod in balans zijn, maar dat zij veel inspanningen moet leveren om de klassen vol te krijgen. Concrete instroomcijfers worden echter niet gegeven. Deze cijfers staan in de aanvraag (zie Tabel 2). Het valt op dat de instroom de afgelopen twee jaar circa 50 studenten bedroeg, tegenover 20 in 2014.

De master in Media Innovation richt zich net als de master CMS op 4 thema's. De commissie ziet verschillen tussen de overkoepelende thema's (media theorie, bedrijfsmodellen, mediatechnologie, onderzoek & communicatie vs. creatie, distributie, science en strategie). Echter, een aantal onderdelen daarvan vertonen enige gelijkenis met onderdelen van de master CMS (transmediale storytelling, bedrijfsstrategie, gebruikerservaringen, onderzoek). Aanvrager stelt dat de master in Media Innovation van de NHTV zich meer richt op mediaproducten, terwijl de master CMS zich richt op de inzet van mediacontent en -kanalen ten behoeve van complexe vraagstukken. Daardoor is de master CMS meer strategisch dan design georiënteerd. Bij de master in Media Innovation is de ICT-component sterker, wordt content op een abstracter niveau behandeld en wordt gebruik gemaakt van de action learning in plaats van de design thinking methode. De commissie acht de overlap tussen de opleidingen hooguit 50%. De ligging in andere regio's en aanzienlijk toegenomen instroom meegerekend acht zij de zienswijze van de NHTV ongegrond.

Als de instroom in de bestaande opleidingen en de verwachte instroom in de master CMS wordt afgezet tegen de arbeidsmarktbehoefte die bij criterium aannemelijk is gemaakt, blijkt dat er vanuit de landelijke arbeidsmarkt bezien enige ruimte is om deze opleiding binnen het bekostigde domein vorm te geven.

Aanvrager heeft een beschrijving geleverd van de inbedding in de bestaande kennisinfrastructuur. De master CMS sluit aan op de infrastructuur van aanvrager die beschikt over een mediatheek met informatiespecialisten. De opleiding is nauw verbonden met het lectoraat Organisaties & Sociale Media. Daar zal het merendeel van de docenten vandaan komen. De afgelopen jaren heeft aanvrager



**Commissie  
Doelmatigheid  
Hoger Onderwijs**

pagina 7 van 8 geïnvesteerd in het vergroten van de Engelse taalvaardigheid van docenten waardoor hun Engelse taalniveau ruim voldoende is. Er zal worden samengewerkt met de pijlerlectoraten Onderzoek, Internationalisation en Sustainable PBL-concepts in Higher Education. Studenten zullen samenwerken met studenten uit de leerbedrijven van de bachelor voor het organiseren van een afstudeercongres. Ze zullen werken vanuit ateliers die gericht zijn op Design Based Education. Vestiging van de master CMS in Leeuwarden heeft nagenoeg geen negatief effect op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod.

De commissie concludeert dat er enige ruimte in het landelijk aanbod bestaat om de master CMS te realiseren. De aanvraag voldoet aan criterium c in art. 6 van de Beleidsregel.

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

pagina 8 van 8 **Bijlage:**  
**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 prestatieafspraken<sup>1</sup>, wordt aangenomen dat is voldaan aan criterium c, tenzij naar het oordeel van de Minister reeds voldoende opleidingen in de behoefte kunnen voorzien.

---

<sup>1</sup> 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.

