



>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

De Haagse Hogeschool  
T.a.v. het College van Bestuur  
Postbus 13336  
2501 EH 'S-GRAVENHAGE

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

**Onze referentie**  
34212535

**Bijlagen**

1

*Als u belang hebt bij dit besluit,  
dan kunt u hiertegen binnen 6  
weken, gerekend vanaf de  
verzenddatum, bezwaar maken.  
Stuur uw bezwaarschrift naar  
DUO, Postbus 30205, 2500 GE  
Den Haag. U kunt uw bezwaar  
ook digitaal indienen op  
[www.bezwaarschriftenocw.nl](http://www.bezwaarschriftenocw.nl).*

Datum 6 oktober 2022

Betreft Besluit macrodoelmatigheid deeltijd hbo Ad Online marketing

Geacht bestuur,

Met uw brief van 6 juli 2022, door de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (hierna: de CDHO) ontvangen op 26 juli 2022, hebt u mij het voornemen voorgelegd om de associate degree-opleiding Online marketing als bekostigde opleiding in deeltijd te verzorgen in 's-Gravenhage.

**Advies CDHO**

De CDHO heeft mij bij brief van 13 september 2022, kenmerk 2022/070, positief geadviseerd over uw aanvraag. Het advies van de CDHO dat integraal onderdeel uitmaakt van dit besluit, treft u hierbij aan.

**Besluit**

Omwille van de zorgvuldige besluitvorming heb ik op 22 september 2022 de beslistermijn verlengd tot 10 oktober 2022. Gelet op de advisering van de CDHO, het bepaalde in de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (hierna: WHW) en in de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs (hierna: de Regeling), heb ik besloten in te stemmen met uw voornemen om de associate degree-opleiding Online marketing als bekostigde opleiding te verzorgen in 's-Gravenhage. Met toepassing van artikel 6.2, derde lid, van de WHW, beperk ik mijn instemming tot de deeltijdvariant.

**Beoordelingskader**

De wettelijke grondslag voor mijn besluitvorming is gelegen in artikel 6.2 van de WHW. Voorts is de Regeling leidraad geweest voor mijn afwegingen.

**Motivering**

Overeenkomstig het advies van de CDHO, concludeer ik dat uw aanvraag, wat betreft de deeltijdvariant van de opleiding, voldoet aan de criteria a en b van artikel 4, eerste lid, van de Regeling. Voor de nadere motivering verwijs ik u naar het genoemde advies van de CDHO.

**Onze referentie**  
34212535

**Croho-procedure**

Ingevolge artikel 6.2, negende 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. Registratie binnen die termijn is niet eerder mogelijk dan nadat de NVAO over 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 een aanvraag voor een toets nieuwe opleiding in te dienen bij de NVAO. 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 [ssg@duo.nl](mailto:ssg@duo.nl).

Een afschrift van deze brief is gezonden aan de CDHO, de NVAO, de Inspectie van het Onderwijs, DUO-Groningen en de Vereniging Hogescholen.

Met vriendelijke groet,

de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,  
namens deze,  
MT-lid directie Hoger Onderwijs en Studiefinanciering,



Hubert-Jan Albert

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap  
T.a.v. de Minister  
Dhr. dr. R.H. Dijkgraaf  
Postbus 16375  
2500 BJ DEN HAAG

*Postadres*  
Postbus 85498  
2508 CD Den Haag  
*Bezoekadres*  
Parkstraat 83  
2514 JG Den Haag  
T: 070 8505300  
W: [www.cdho.nl](http://www.cdho.nl)  
E: [info@cdho.nl](mailto:info@cdho.nl)

## Advies nieuwe opleiding

Onderwerp	Ons Kenmerk	Datum
Nieuwe opleiding De Haagse Hogeschool Deeltijd hbo Associate degree Online Marketing Den Haag	2022/070	13/09/2022

Geachte heer Dijkgraaf,

Op 26/07/2022 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs het voornemen ontvangen van De Haagse Hogeschool om de hbo Associate degree Online Marketing als bekostigde opleiding te verzorgen te Den Haag (brief van 06/07/2022 zonder kenmerk). De aanvraag was voorzien van alle voor de beoordeling benodigde gegevens en is door de commissie in behandeling genomen. De commissie heeft op 18/08/2022 omwille van de zorgvuldige besluitvorming de beslistermijn verlengd tot 26/09/2022.

### **Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs**

Gelet op het hiernavolgende adviseert de commissie u om positief te besluiten op het verzoek van De Haagse Hogeschool om de hbo Associate degree Online Marketing als bekostigde opleiding te Den Haag te verzorgen. De commissie adviseert daarbij de toestemming te beperken tot de deeltijdvariant op grond van art. 6.2 lid 3 van de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (WHW).

### **Beoordelingskader**

De wettelijke grondslag voor dit advies is gelegen in art. 6.2 van de WHW. Voorts heeft de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs van 20 juni 2018, verder te noemen de Regeling, voor de commissie als leidraad gediend. Het beoordelingskader treft u in de bijlage bij dit advies aan.

### **Omschrijving van de aanvraag**

Aanvrager wil de hbo Associate degree Online Marketing in Den Haag aanbieden. Het gaat om een Nederlandstalige hbo Associate degree die aanvrager in het Croho onderdeel Economie wil laten registreren. De opleiding omvat 120 studiepunten en aanvrager wil deze in deeltijdvorm



aanbieden. De opleiding is erop gericht om marketingprofessionals op te leiden die de uitkomsten van data-analyse kunnen vertalen in effectieve en creatieve online content. De opleiding bestaat uit vier semesters van elk 30 studiepunten, getiteld Digital Analytics, Business in Perspectief, Effectieve Content en Marketing Kit. Aanvrager geeft verder aan dat de inhoud van de Ad Online Marketing gebaseerd is op het landelijke domeinprofiel voor de hbo bachelor Commerciële Economie dat is opgesteld door een samenwerkingsverband van zestien hogescholen en afgestemd met en gevalideerd door werkveldpartijen. De opleiding is toegankelijk voor studenten met een mbo4-, havo- of vwo-diploma en is met name gericht op (werkende) mbo'ers die zich willen bij-, om- of opscholen om hun arbeidsmarktpositie te verbeteren. Afgestudeerden van de opleiding kunnen aan het werk in functies zoals online marketeer of doorstromen in de hbo bachelor Commerciële Economie.

### Motivering

De aanvraag voldoet naar mening van de commissie aan de criteria a en b in art. 4 lid 1 van de Regeling. De commissie is daarbij van mening dat er uitsluitend ruimte is voor de deeltijdvariant, aangezien er in de regio waar aanvrager actief is verschillende (aan)verwante opleidingen in voltijd worden aangeboden. Om die reden adviseert de commissie om de toestemming te beperken tot de deeltijdvariant.

### Beoordeling criterium a

Aanvrager stelt dat de hbo Associate degree Online Marketing aansluit op een arbeidsmarktbehoefte in combinatie met een maatschappelijke behoefte.

### Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Ter onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte verwijst aanvrager onder andere naar ROA's Arbeidsmarkt Informatie Systeem (AIS), het rapport 'Moeilijk vervulbare vacatures. Landelijk overzicht van beroepen' van het UWV (2019), een artikel op [www.intermediair.nl/werk-en-carriere/beroepskeuze/in-online-marketing-zijn-7x-zoveel-vacatures-als-mensen?](http://www.intermediair.nl/werk-en-carriere/beroepskeuze/in-online-marketing-zijn-7x-zoveel-vacatures-als-mensen?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F) [referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.google.com/), het rapport 'Arbeidsmarktonderzoek Communicatieprofessionals' van Intelligence Group in opdracht van het Ministerie van Algemene Zaken (2019, [www.communicatierijk.nl/documenten/publicaties/2019/04/01/arbeidsmarktonderzoek-communicatieprofessionals](http://www.communicatierijk.nl/documenten/publicaties/2019/04/01/arbeidsmarktonderzoek-communicatieprofessionals)), het rapport 'Kansrijke Beroepen' van het UWV (2021), de Spanningsindicator van het UWV ([www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/dashboards/spanningsindicator](http://www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/dashboards/spanningsindicator)), het rapport 'Haalbaarheidsonderzoek Associate Degree Online Marketing' van Markteffect (2021) en de 'Vacature analyse Ad Online Marketing' van Markteffect (2022).

De commissie is met aanvrager van mening dat in ROA's systematiek de opleidingstypes bachelor communicatie en journalistiek en bachelor marketing en public relations het meest relevant zijn voor de beoogde Ad Online Marketing. De commissie stelt vast dat in het opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek de sterk verwante Ad's Communicatie, Crossmediale Communicatie en Online Contentcreator zijn ondergebracht. Het ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van dit opleidingstype als 'redelijk' en verwacht enige knelpunten in de personeelsvoorziening in 2026 (tabel 1).

Tabel 1. Arbeidsmarktprognoses opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele Indicator Aantal	Totaal % '6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026	4100	7	1.1 gemiddeld
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte vervangingsvraag tot 2026	12400	20	3.1 gemiddeld



> > Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte baanopeningen tot 2026	16400	27	4.1	gemiddeld
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2026	15700	26	3.9	hoog
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	ITKP toekomstige personeelsvoorziening in 2026	1.02			enige
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2026	1.01			redelijk

Bron: ROA, AIS

De commissie stelt vast dat in het opleidingstype bachelor marketing en public relations de sterk verwante Ad Online Marketing en Sales en de aanverwante Ad Marketing Management zijn ondergebracht. Het ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van dit opleidingstype als 'matig' en verwacht vrijwel geen knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening in 2026 (tabel 2).

Tabel 2. Arbeidsmarktprognoses opleidingstype bachelor marketing en public relations

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
> > Bachelor - marketing en public relations	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026	4800	6	1	gemiddeld
> > Bachelor - marketing en public relations	verwachte vervangingsvraag tot 2026	5600	7	1.2	laag
> > Bachelor - marketing en public relations	verwachte baanopeningen tot 2026	10500	14	2.1	laag
> > Bachelor - marketing en public relations	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2026	16100	21	3.2	gemiddeld
> > Bachelor - marketing en public relations	ITKP toekomstige personeelsvoorziening in 2026	1.09			vrijwel geen
> > Bachelor - marketing en public relations	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2026	1.09			matig

Bron: ROA, AIS

Verder is de commissie met aanvrager van mening dat in ROA's indeling de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales relevant is aangezien afgestudeerden in aanmerking komen voor het merendeel van de beroepen die in deze beroepsgroep zijn opgenomen (specialisten marketing, sales en public relations, specialisten reclame en marketing, specialisten public relations). Het ROA verwacht voor deze beroepsgroep grote knelpunten in 2026 (tabel 3).

Tabel 3. Arbeidsmarktprognoses beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026	15200	9	1.4	hoog
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte vervangingsvraag tot 2026	8200	5	0.8	erg laag
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte baanopeningen tot 2026	23400	14	2.2	laag
Adviseurs marketing, public relations en sales	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.875			groot



De commissie constateert dat de prognoses voor de opleidingstypes bachelor communicatie en journalistiek en marketing en public relations alsmede de prognoses voor de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales relevant zijn voor de beoogde Ad Online Marketing. De commissie stelt vast dat deze prognoses geen eenduidig beeld bieden van de arbeidsmarktperspectieven voor afgestudeerden, aangezien de typering voor de opleidingstypes een overwegend negatief beeld opleveren van de toekomstige arbeidsmarktbehoefte terwijl die voor de beroepsgroep juist een positief beeld oplevert.

Aanvrager beschrijft dat het vakgebied marketing sterk verschoven is van papieren media naar online kanalen en dat de groei in de online marketing zich vertaalt in een groot aantal vacatures voor online marketeers. Aanvrager verwijst in dit kader naar het rapport 'Moeilijk vervulbare vacatures. Landelijk overzicht van beroepen' van het UWV, waar op p. 21 wordt beschreven dat bestaande marketingopleidingen onvoldoende aandacht besteden aan online media en dat er veel vacatures zijn, met name op hbo niveau (p. 21). In een artikel op de website van het tijdschrift Intermediair wordt verwezen naar een arbeidsmarktonderzoek van werving- en selectiebureau SchaalX waarin wordt geconstateerd dat er 7 keer zoveel vacatures als mensen beschikbaar zijn voor de functie online marketeer ([www.intermediair.nl](http://www.intermediair.nl)). De commissie stelt vast dat deze bronnen een positieve indicatie bieden van de arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de beoogde opleiding Online Marketing.

Vervolgens geeft aanvrager onder verwijzing naar een arbeidsmarktonderzoek dat in opdracht van het Ministerie van Algemene Zaken is uitgevoerd, aan dat bij de rijksoverheid, maar ook in de groot zakelijke markt en binnen de online retail, de behoefte aan online marketeers groot is en groeit ([www.communicatierijk.nl](http://www.communicatierijk.nl), p. 9 en 46). Blijkens het rapport 'Kansrijke beroepen' typeert het UWV het beroep online marketeer als kansrijk beroep op hbo/wo niveau (p. 8). Het UWV merkt daarbij op dat met name vraag is naar ervaren marketeers die kunnen werken met SEO, content creation of data-analytics. De commissie stelt vast dat de beoogde opleiding hiertoe opleidt. Beide bronnen geven blijk van een arbeidsmarktbehoefte aan online marketeers.

Aanvrager verwijst naar de Spanningsindicator van het UWV ([www.werk.nl](http://www.werk.nl)) voor de beroepsklasse Commerciële Beroepen en geeft aan dat de spanning in 2021 op de landelijke arbeidsmarkt opliep naar krap. De commissie constateert dat binnen de beroepsklasse Commerciële Beroepen de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales het meest relevant is voor afgestudeerden van de beoogde Ad Online Marketing. De spanning voor deze beroepsgroep werd in 2021 getypeerd als krap en liep in het eerste kwartaal van 2022 verder op naar zeer krap. In de arbeidsmarktregio Zuid-Holland Centraal liep de spanning voor de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales in 2021 op van gemiddeld naar krap. Voor deze regio zijn nog geen gegevens bekend over het eerste kwartaal van 2022. De commissie constateert dat de Spanningsindicator een positieve indicatie biedt van de landelijke en regionale arbeidsmarktbehoefte aan dit type afgestudeerden.

Aanvrager heeft onderzoeksbureau Markteffect een onderzoek laten uitvoeren onder werkgevers in het voedingsgebied van De Haagse Hogeschool. De resultaten zijn weergegeven in het rapport 'Haalbaarheidsonderzoek Associate Degree Online Marketing'. Het onderzoek is tussen 22 juli en 12 augustus 2021 uitgevoerd door middel van een telefonische enquête waaraan 205 werkgevers in het werkgebied van aanvrager hebben deelgenomen. De meerderheid van de respondenten bestaat uit directeurs of eigenaren (44%), gevolgd door HR managers of medewerkers (27%), afdelingshoofden/teamleiders/managers (14%) en 'anders' (14%). De onderzoekers hebben het onderzoek uitgezet onder een 'brede range aan bedrijven' en onder marketing- en reclamebureaus.

Van de respondenten is 54% het (helemaal) eens met de stelling dat er in hun sector een behoefte is aan werknemers die de voorgenomen opleiding hebben gevolgd. 25% is het (helemaal) oneens met deze stelling. 28% van de respondenten heeft aangegeven al iemand in dienst te hebben met



het profiel van de afgestudeerden van de voorgenomen opleiding (of vergelijkbaar).

33% van de respondenten verwacht binnen nu en vijf jaar zeker een behoefte aan medewerkers met de voorgenomen opleiding binnen hun organisatie, 12% verwacht dat deze behoefte zich misschien zal ontwikkelen en 36% geeft aan deze behoefte zeker niet te verwachten. Van de 71 respondenten die hebben aangegeven deze behoefte zeker of misschien te verwachten geven er 41 aan dat het om één à twee vacatures zal gaan, 17 respondenten geven aan dat het om drie tot vier vacatures zal gaan en 13 respondenten verwachten vijf of meer vacatures.

Verder verwacht 9% van de respondenten binnen nu en vijf jaar zeker een behoefte om huidige medewerkers een opleiding zoals de voorgenomen Ad Online Marketing te laten volgen, 5% verwacht deze behoefte misschien te hebben en 62% van de respondenten geeft aan deze behoefte zeker niet te hebben. Van de 19 respondenten die hebben aangegeven deze behoefte zeker of misschien te verwachten geven er acht aan dat het om één tot twee medewerkers zal gaan en zeven dat het om drie tot vier medewerkers zal gaan. Vier respondenten schatten in dat het om vijf of meer medewerkers zal gaan.

De commissie stelt vast dat er een onderzoeksverantwoording is bijgevoegd, waarin wordt uitgelegd hoe het onderzoek is uitgevoerd. Er is geen vragenlijst in het onderzoek opgenomen, maar de antwoorden op individuele vragen worden wel besproken. De onderzoeksverantwoording geeft aan dat er gebruik is gemaakt van zowel multiple choice-vragen als open vragen. De commissie constateert dat de onderzoeksverantwoording de methodologie voldoende helder beschrijft om deze valide te achten. De commissie acht de uitkomsten relevant, gelet op de omvang van de responsgroep, de aard van de benaderde bedrijven en de functies van de respondenten. De commissie acht het onderzoek echter niet volledig navolgbaar omdat de namen van de bedrijven en de resultaten per respondent niet in het onderzoek zijn weergegeven. Om deze reden is de commissie terughoudend met het toekennen van veel gewicht aan dit onderzoek. Dit inachtnemend concludeert de commissie dat het arbeidsmarktonderzoek enige kwantitatieve arbeidsmarktbehoefte aan de voorgenomen opleiding (die ten dele bestaat uit een opscholingsbehoefte) aannemelijk maakt.

Ten slotte verwijst aanvrager naar een vacature-analyse die Markteffect in opdracht van aanvrager heeft uitgevoerd. De resultaten zijn weergegeven in het rapport 'Vacature analyse Ad Online Marketing'. Aanvrager geeft aan dat het onderzoek in mei 2022 is uitgevoerd op basis van Jobfeed. In het rapport zijn de gebruikte zoektermen opgenomen. Er is aangegeven dat landelijk gezocht is naar vacatures op mbo, mbo/hbo en hbo niveau in de periode 2018 tot en met mei 2022, waarbij het onderzoeksbureau de gegevens over de periode januari tot en met mei 2022 heeft geëxtrapoleerd naar het hele jaar. Uit het onderzoek komt naar voren dat het aantal relevante vacatures op mbo/hbo niveau steeg van 799 in 2018 naar 2033 in 2021, waarbij de vraag naar de functie 'online marketeer' het sterkst groeide (p. 14). Ook de vraag naar functies zoals digital marketeer en online marketing medewerker groeide in deze periode (p. 14). De vraag in de provincie Zuid-Holland steeg in dezelfde periode ook, maar minder sterk dan landelijk (p. 16). De commissie constateert dat het onderzoek volgens een valide methode is uitgevoerd en dat de resultaten ontdubbeld zijn. Verder stelt de commissie vast dat de gebruikte zoektermen en filters relevant zijn en dat de resultaten navolgbaar zijn. De commissie is daarbij terughoudend om veel gewicht toe te kennen aan de extrapolatie over 2022, gelet op het feit dat het aantal geplaatste vacatures in het voorjaar sterk kan afwijken van de rest van het jaar. De commissie is desalniettemin van mening dat de vacature-analyse blijkt geeft van een groeiende arbeidsmarkt vraag naar afgestudeerden met het profiel van de beoogde Ad Online Marketing, zowel landelijk als in de regio Zuid-Holland.

De commissie constateert op grond van het bovenstaande dat aanvrager heeft aangetoond dat de Ad Online Marketing aansluit op een arbeidsmarktbehoefte.

Beoordeling maatschappelijke behoefte

Ter onderbouwing van de maatschappelijke behoefte aan de Ad Online Marketing verwijst aanvrager onder andere naar het artikel 'Niemand zag de Associate degree zitten, toch werd het



een succes' van ScienceGuide (11 juni 2021), de 'Monitor Associate degree-opleiding: tussenrapportage' van SEO Economisch Onderzoek (2021), de Strategische Agenda 'Professionals voor morgen - Strategische Agenda Vereniging Hogescholen 2019-2023' van de Vereniging Hogescholen (2019), het artikel 'Vereniging Hogescholen en MBO Raad ondertekenen convenant Associate degree' van de Vereniging Hogescholen (3 juli 2018), het rapport 'Ad-opleidingen: omvang en rendement' van het ROA (2019), het rapport 'Bruggen bouwen op de arbeidsmarkt: Perspectieven voor het Haagse arbeidsmarktbeleid' van Panteia (2018), het artikel 'Associate degree voorziet in duidelijke behoefte' van MBO-today (11 juni 2019), de website van DUO ([www.duo.nl/particulier/levenlanglerenkrediet](http://www.duo.nl/particulier/levenlanglerenkrediet)), de 'Onderwijsvisie- en kader programma's voor professionals' van De Haagse Hogeschool (2020), de website van het Economic Board Zuid-Holland ([www.economicboardzuidholland.nl/projecten-hca](http://www.economicboardzuidholland.nl/projecten-hca)) en het rapport 'De toekomst van de digitale economie: tijd voor fundamentele keuzes' van de Rabobank, Surf, DHPA, ISPCconnect, AMS-IX en Dutch Data Center Association (2020).

Aanvrager stelt dat er een algemene behoefte bestaat aan Associate degree-opleidingen onder verwijzing naar het artikel 'Niemand zag de Associate degree zitten, toch werd het een succes' van ScienceGuide (11 juni 2021), waarin voormalig beleidsambtenaar Bert Broerse is geïnterviewd. In dit artikel wordt aangegeven dat bij de start van de Ad-opleidingen rekening werd gehouden met een vraag vanuit het werkveld naar een doorontwikkelingsmogelijkheid voor mensen met een mbo-achtergrond naar een hoger opleidingsniveau. Uit de 'Monitor Associate degree-opleiding: tussenrapportage' van SEO Economisch Onderzoek (2021, p. 7-8; ii) blijkt volgens aanvrager dat Associate degree-opleidingen succesvol zijn: het aantal aangeboden Associate degree-opleidingen is gestegen van 407 in 2017 tot 483 in 2019. Het ging hierbij om 141 unieke opleidingen in 2017 en 149 unieke opleidingen in 2019, zowel bekostigde als onbekostigde opleidingen. Het rapport geeft ook aan dat ruim 75% van de studenten van bekostigde Ad's tevreden of zeer tevreden is met de opleiding in het algemeen. De commissie constateert dat het aanbod van Ad-opleidingen groeit en dat studenten tevreden zijn, maar dat dit geen blijk geeft van een maatschappelijke behoefte in de zin van de Regeling.

Aanvrager geeft vervolgens aan dat in de Strategische Agenda 'Professionals voor morgen' van de Vereniging Hogescholen (2019, p. 3) grote maatschappelijke vraagstukken worden besproken, zoals klimaatverandering, sociale ongelijkheid en technologisering, waarbij de Vereniging een belangrijke rol ziet voor de hogescholen om bij te dragen aan het formuleren van oplossingen voor die vraagstukken. Aanvrager is van mening dat Ad's, die dicht bij het bedrijfsleven staan, hierbij een grote rol kunnen spelen. Aanvrager verwijst in dit kader ook naar het artikel 'Vereniging Hogescholen en MBO Raad ondertekenen convenant Associate degree' van de Vereniging Hogescholen (3 juli 2018), waarin de voorzitter van de Vereniging Hogescholen aangeeft dat deze samenwerking ruimte biedt aan mbo-4 studenten en werkkenden tot verdieping en scholing en hen zo extra kansen biedt op de arbeidsmarkt. De commissie constateert dat er vanuit de Vereniging Hogescholen veel aandacht wordt besteed aan verbetering van de aansluiting van mbo- op hbo-opleidingen. Ad-opleidingen kunnen in de ogen van de commissie helpen dit doel te bereiken.

Aanvrager haalt het rapport 'Ad-opleidingen: omvang en rendement' van het ROA (2019, pp. 32, 34 en 43) aan om aan te geven dat studenten van Associate degree-opleidingen over het algemeen even tevreden zijn over hun opleiding als hbo bachelorstudenten. Ook wordt hier aangegeven dat afgestudeerden van deeltijd en duale opleidingen 10% meer baankansen hebben dan afgestudeerden van voltijd hbo bacheloropleidingen, waarvan het rapport aangeeft dat dit wellicht voortkomt uit hun grotere anciënniteit en arbeidsmarktervaring. Het salaris van afgestudeerden van een Ad-opleiding ligt tussen dat van mbo-4 gediplomeerden en dat van hbo-bachelor gediplomeerden, waarbij Ad-gediplomeerden gemiddeld 10% minder verdienen dan hbo-bachelorgediplomeerden. De commissie constateert dat afgestudeerden van Ad's een eigen positie op de arbeidsmarkt bekleden, maar stelt vast dat dit geen blijk geeft van een maatschappelijke behoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding.



De aanvrager geeft vervolgens aan dat er ook een regionale behoefte bestaat aan een toename van het aantal Ad-opleidingen. In het rapport 'Bruggen bouwen op de arbeidsmarkt: Perspectieven voor het Haagse arbeidsmarktbeleid' van Panteia (2018, p. 61) wordt de behoefte aan een breed palet aan Ad's in Den Haag uitgesproken. Hierbij wordt gesteld dat een Ad als aantrekkelijker wordt gezien door (werkende) mbo-gediplomeerden omdat hbo bacheloropleidingen vaak een brug te ver zijn. De commissie stelt vast dat er een algemene regionale maatschappelijke behoefte bestaat aan Ad-opleidingen.

Aanvrager betoogt verder, onder verwijzing naar het artikel 'Associate degree voorziet in duidelijke behoefte' van MBO-today, dat de voorgenomen opleiding aansluit op het 'Leven Lang Ontwikkelen'-beleid (11 juni 2019). Dit artikel wijst op het feit dat Ad-opleidingen ook gericht zijn op werkenden die zich in het kader van een Leven Lang Ontwikkelen willen om- of bijscholen. Deze laatste categorie studenten volgt vooral de duale en deeltijdse Ad-varianten. Aanvrager geeft aan dat de overheid het Leven Lang Ontwikkelen ook ondersteunt middels het 'Levenlanglerenkrediet' ([www.duo.nl](http://www.duo.nl)). Aanvrager verwijst ook naar haar eigen 'Onderwijsvisie- en kaderprogramma's voor professionals' (2020, p. 5) en de website van het Economic Board Zuid-Holland ([www.economicboardzuidholland.nl](http://www.economicboardzuidholland.nl)) om aan te geven dat er in de regio een ambitie bestaat om de koploper te worden op het gebied van een 'Leven Lang Ontwikkelen'. Dit is vastgelegd in het Human Capital Akkoord Zuid-Holland, dat mede door aanvrager is ondertekend. Het aanbieden van Ad-opleidingen vormt een belangrijk element in het bereiken van dit doel. De commissie stelt vast dat het 'Leven Lang Ontwikkelen'-beleid wordt vormgegeven door middel van overheidssubsidies en regionale akkoorden en dat Ad-opleidingen een manier zijn om de doelstellingen van het 'Leven Lang Ontwikkelen'-beleid te realiseren. De commissie constateert daarom dat deze bronnen blijken te geven van een maatschappelijke behoefte aan Ad-opleidingen in het algemeen, maar dat zij geen blijken geven van een maatschappelijke behoefte aan de voorgenomen opleiding Online Marketing in het bijzonder.

Aanvrager verwijst ten slotte naar de toenemende rol van digitale vaardigheden in de moderne samenleving. Op basis van het rapport 'De toekomst van de digitale economie: tijd voor fundamentele keuzes' van de Rabobank, Surf, DHPA, ISPCConnect, AMS-IX en Dutch Data Center Association (2020, p. 3, 11 en 13) geeft aanvrager aan dat Nederland 'goed is' in digitalisering en in vrijwel elke digitale of economische ranglijst in de top-10 staat. Volgens het rapport wordt dit mogelijk gemaakt door een robuuste digitale infrastructuur, de aanwezigheid van digitale vaardigheden en het Nederlandse ondernemersklimaat. Het rapport schat de waarde van B2C E-commerce in 2019 op 24 miljard euro en die van B2B E-commerce in hetzelfde jaar op 108 miljard euro, wat in beide gevallen een groei betekende ten opzichte van de voorgaande jaren. Aanvrager veronderstelt dat een sterke groei in e-commerce ook een sterke groei in online marketing met zich meebrengt. De commissie constateert dat de Nederlandse economie sterk gedigitaliseerd is en dat de beoogde Ad Online Marketing past bij deze ontwikkeling.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat aanvrager aannemelijk heeft gemaakt dat de voorgenomen opleiding aansluit op een maatschappelijke behoefte.

De commissie concludeert dat de aanvraag aansluit op een maatschappelijke en een arbeidsmarktbehoefte. De aanvraag voldoet aan criterium a in art. 4 lid 1 van de Regeling.

#### *Beoordeling criterium b*

Vanaf 26/07/2022 is op de website van de CDHO kennisgegeven van het voornemen van De Haagse Hogeschool om de hbo Associate degree Online Marketing in Den Haag aan te bieden. Hiermee is aan de instellingen voor hoger onderwijs de mogelijkheid gegeven om hun zienswijzen op dit voornemen kenbaar te maken. Er zijn geen zienswijzen ingediend.

De commissie overweegt ten aanzien van de ruimte in het landelijk opleidingsaanbod als volgt. De commissie beoordeelt de ruimte in het verwant aanbod onder meer door te bepalen welke bestaande opleidingen verwant zijn aan de voorgenomen opleiding. De onderwijsinstelling dient



overtuigend te beargumenteren dat er nog voldoende ruimte is voor een nieuwe opleiding. De onderwijsinstelling dient hiertoe aan te geven wat het landelijk verwant aanbod van de aangevraagde opleiding is. Het verwant aanbod is aanbod dat inhoudelijk sterk met elkaar overeenkomt en opleidt tot (min of meer) dezelfde beroepen (uitstroomprofiel(en)). Bij de inhoud wordt door de commissie gekeken of de kennisgebieden en vaardigheden die in het curriculum van de voorgenomen opleiding zijn opgenomen overlap vertonen met de bestaande opleidingen. Voorts kijkt de commissie naar de instroomdoelgroep die de opleiding bedient. Verder is voor de beoordeling van het verwant aanbod van belang om welke onderwijsvariant (voltijd, deeltijd of duaal) het gaat. Verwante opleidingen worden dus niet louter bepaald aan de hand van de inhoud van een opleiding.

Aanvrager geeft aan dat de beoogde hbo Ad Online Marketing in deeltijd zal worden aangeboden en dat zij om die reden alleen deeltijdopleidingen die inhoudelijk en voor wat betreft het arbeidsmarktprofiel raakvlakken vertonen als verwant aanbod aanmerkt. Het betreft de bekostigde hbo Ad opleidingen Commerciële Economie (Fontys Hogescholen), Communicatie (Avans), Crossmediale Communicatie (Hogeschool Rotterdam), E-Commerce (Christelijke Hogeschool Windesheim, Hogeschool Utrecht en De Haagse Hogeschool (beide laatste Ad's toekomstig)), Marketing Management (Avans Hogeschool), Ondernemerschap & Retail Management (Saxion Hogeschool) en Online Marketing en Sales (Hogeschool Arnhem en Nijmegen). Verder beschouwt aanvrager de onbekostigde hbo Ad's Commerciële Economie met specialisatie Online marketeer van NCOI, Marketing van LOI en Online Marketing van NIMA als verwant.

De commissie is met aanvrager van mening dat de Ad's Communicatie, Crossmediale Communicatie en Online Marketing & Sales sterk verwant zijn aan de beoogde hbo Ad Online Marketing, gezien de sterke overlap in arbeidsmarktprofiel, inhoud en instroomdoelgroep. De commissie acht de Ad's Commerciële Economie, E-Commerce en Marketing Management en aanverwant aan de beoogde Ad, omdat deze onder andere opleiden tot online marketeer, maar verder een breder arbeidsmarktprofiel en bredere inhoudelijke opzet kennen die niet specifiek gericht is op het omzetten van de opbrengsten van data-analyse in online content. De commissie acht de Ad Ondernemerschap & Retail Management onvoldoende verwant aan de beoogde Ad om deze te betrekken bij de beoordeling van de ruimte, gelet op de verschillen in arbeidsmarkt mogelijkheden en inhoud. Verder is de commissie van mening dat de Ad Online Contentcreator (NHL Stenden Hogeschool en toekomstig Hogeschool Utrecht) sterk verwant is omdat deze inhoudelijk en voor wat het arbeidsmarktprofiel aanzienlijke raakvlakken vertoont met de beoogde Ad Online Marketing. De commissie beschouwt de Ad Sales en Accountmanagement (Hogeschool Rotterdam en Hogeschool Utrecht) als aanverwant omdat online marketing een onderdeel, maar niet het zwaartepunt vormt binnen het curriculum van deze Ad en beide opleidingen deels dezelfde arbeidsmarkt bedienen. Ten slotte merkt de commissie op dat zij op dit moment een aanvraag voor de hbo Ad E-Business van Hogeschool INHOLLAND en een aanvraag voor de hbo Ad Sales en Accountmanagement van Saxion Hogeschool in behandeling heeft.

Aanvrager heeft een overzicht geleverd van de instroom in verwante bekostigde deeltijdopleidingen. 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 commissie heeft het overzicht van aanvrager aangevuld met de instroom in de overige opleidingen die zij (aan)verwant acht. De instroom in het verwante bekostigde onderwijsaanbod groeide de afgelopen jaren.

Tabel 4. Instroom in (aan)verwante opleidingen

Opleiding	Instelling	'17-'18	'18-'19	'19-'20	'20-'21-'22 '21
Ad Communicatie (80139), deeltijd	Avans Hogeschool (07GR), Breda	52	27	13	14



	Avans Hogeschool (07GR), 's-Hertogenbosch			17	14		
Ad Communicatie (80139), voltijd	Avans Hogeschool (07GR), 's-Hertogenbosch		67	94	103	71	
Ad Crossmediale Communicatie (80035), deeltijd	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam	18	37	34	26	47	
Ad Crossmediale Communicatie (80035), voltijd	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam	148	172	157	215	185	
	Hogeschool INHOLLAND (27PZ), Diemen	54	55	66	66	86	
	Hogeschool INHOLLAND (27PZ), 's-Gravenhage	51	47	46	49	29	
Ad Online Marketing en Sales (80135), deeltijd	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (25KB), Arnhem	7	17	13	19	14	
Ad Online Marketing en Sales (80135), dual	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (25KB), Arnhem	10	46	32	35	38	
Ad Online Contentcreator (80150), voltijd	NHL Stenden Hogeschool (31FR), Leeuwarden		12	53	79	77	
Ad Commerciële Economie (80103), deeltijd	Fontys Hogescholen (30GB), Eindhoven	28	21	24	22	24	
Ad Commerciële Economie (80103), voltijd	NHL Stenden Hogeschool (31FR), Emmen	22	28	34	32	33	
	Christelijke Hogeschool Windesheim (01VU), Almere	15	60	63	53	52	
	Fontys Hogescholen (30GB), Eindhoven		22	43	42	46	
Ad E-commerce (80162), deeltijd	Christelijke Hogeschool Windesheim (01VU), Zwolle				12	17	
Ad E-commerce (80162), voltijd	Christelijke Hogeschool Windesheim (01VU), Zwolle				168	118	
Ad Marketing Management (80036), deeltijd	Avans Hogeschool (07GR), Breda	30	49	38	32	29	
	Avans Hogeschool (07GR), 's-Hertogenbosch	39	32	24	25	25	
Ad Marketing Management (80036), voltijd	Avans Hogeschool (07GR), 's-Hertogenbosch	100	106	123	120	96	
Ad Sales en Accountmanagement (80126), deeltijd	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam	39	41	40	41	34	
	Hogeschool Utrecht (25DW), Amersfoort					34	
Ad Sales en Accountmanagement (80126), voltijd	Hogeschool Utrecht (25DW), Amersfoort				56	69	
	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam					33	
<b>Eerstejaarsinstroom</b>	<b>Totaal</b>	<b>561</b>	<b>864</b>	<b>911</b>	<b>1225</b>	<b>1185</b>	

Bron: DUO

Aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de voorgenomen opleiding op grond van gegevens over de doorstroom van mbo'ers naar Ad-opleidingen in het voedingsgebied van aanvrager. Aanvrager verwacht dat in het eerste jaar circa 20 studenten zullen instromen, oplopend naar circa 40 tot 60 studenten in de volgende jaren. De commissie acht deze prognose realistisch gelet op de instroom in verwante Ad-opleidingen die in deeltijd worden aangeboden.

Als de instroom in de bestaande opleidingen en de verwachte instroom in de voorgenomen hbo Associate degree Online Marketing wordt afgezet tegen de behoefte die bij criterium a is



aangetoond, blijkt dat er enige ruimte is om deze opleiding binnen het bekostigde domein vorm te geven. De commissie merkt op dat er uitsluitend ruimte is voor de deeltijdopleiding, aangezien er al verschillende (aan)verwante Ad-opleidingen in voltijd worden aangeboden, ook in de regio waar aanvrager gevestigd is.

Vestiging van de deeltijdopleiding in Den Haag heeft geen onevenredig negatief effect op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod. De commissie overweegt hierbij dat de hbo Ad Crossmediale Communicatie van Hogeschool INHOLLAND in Den Haag in voltijdvorm wordt aangeboden.

De commissie concludeert dat er ruimte in het landelijk aanbod bestaat om de hbo Associate degree Online Marketing in deeltijd te realiseren. De aanvraag voldoet aan criterium b in art. 4 lid 1 van de Regeling.

Gelet op het vorenstaande adviseert de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs u om positief te besluiten op het voorliggende verzoek. De commissie adviseert daarbij de toestemming te beperken tot de deeltijdvariant op grond van de bevoegdheid in art. 6.2 lid 3 WHW.

*Advies aan de NVAO over de naamkeuze en Croho indeling*

De commissie merkt op dat hierboven is geconstateerd dat de voorgenomen hbo Associate degree Online Marketing sterke verwantschap vertoont met een aantal bestaande opleidingen. Omwille van de transparantie van het opleidingsaanbod adviseert de commissie om de naam van de voorgenomen opleiding aan te laten sluiten bij de reeds geregistreerde opleidingsnaam Online Marketing en Sales. Verder heeft de commissie geconstateerd dat aanvrager de hbo Associate degree Online Marketing in het Croho onderdeel Economie wil indelen. Dit voorstel sluit aan op de indeling van het merendeel van de verwante bestaande opleidingen.

De NVAO ontvangt dit advies, zodat zij dit kan opnemen in het informatiedossier voor het panel ten behoeve van de toets nieuwe opleiding.

De Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs



drs. P.M.M. Rullmann

Voorzitter CDHO



## **Bijlage:**

### **Beoordelingskader macrodoelmatigheid nieuwe opleiding of nevenvestiging**

Aan de hand van de in de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs van 20 juni 2018 genoemde voorwaarden worden voornemens tot het verzorgen van een nieuwe opleiding beoordeeld op doelmatigheid. Een nieuwe opleiding kan volgens artikel 4 van deze Regeling alleen doelmatig worden geacht indien het voornemen voldoet aan de criteria a en b.

Volgens criterium a heeft het instellingsbestuur aangetoond dat er behoefte bestaat aan de nieuwe opleiding of nevenvestiging, 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 b dient het instellingsbestuur aan te tonen dat in de behoefte die bij criterium a is aangetoond niet door het bestaande opleidingsaanbod wordt voorzien.

#### *Advies aan de NVAO over naamkeuze en Croho onderdeel*

In de Toelichting op de Regeling is aangegeven dat de CDHO ook een rol heeft bij de beoordeling van de voorgestelde naam en voertaal van de opleiding en bij de voorgestelde positionering in het Croho.

Wat betreft de opleidingsnaam: de CDHO kijkt of de voorgestelde naam van de opleiding passend is, gelet op de namen van verwante opleidingen. Daarbij is het uitgangspunt dat sterk op elkaar lijkende opleidingen dezelfde naam krijgen, om de transparantie van het opleidingsaanbod voor studiekeizers en werkgevers te borgen. In het Croho kan ook een internationale (Engelse) naam worden geregistreerd. Dit onderdeel van het CDHO advies is niet gericht aan de Minister van OCW, maar aan de NVAO. Het panel van de NVAO toetst of de naamkeuze gerechtvaardigd is gelet op de inhoud van de opleiding en de namen van vergelijkbare opleidingen (artikel 5.7, vierde lid, onderdeel a, van de WHW).

Wat betreft de positie in het Croho: de CDHO kijkt of de voorgestelde indeling in het Croho passend is, gelet op de indeling van verwante opleidingen. Daarbij is het uitgangspunt dat sterk op elkaar lijkende opleidingen in hetzelfde Croho onderdeel worden geregistreerd, om de transparantie van het opleidingsaanbod voor studiekeizers en werkgevers te borgen. Dit onderdeel van het CDHO advies is niet gericht aan de Minister van OCW, maar aan de NVAO. Het panel van de NVAO toetst of de voorgestelde indeling in het Croho aansluit bij de ordening van verwante opleidingen.