

Aanvraagformulier Macrodoelmatigheidstoets

Nieuwe Opleiding Ad E-commerce Duaal en Voltijd

1. Basisgegevens instelling

Naam instelling(en)	De Haagse Hogeschool
BRIN-code(s)	27UM
KvK-nummer(s)	27255912
Contactpersoon aanvraag	
Contactpersoon CvB	

Basisgegevens Opleiding

Kenmerk aankondiging	A23-015
Naam	E-commerce
Oriëntatie	HBO
Niveau	Associate Degree
Vorm	Duaal en Voltijd
Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd	Den Haag
Taal	Nederlands
Studielast	120 EC
Studieduur	Twee jaar
Beroepsvereisten	N.v.t
Capaciteitsbeperking	N.v.t.
Beoogde startdatum	1 februari 2025
ISAT-code (indien bekend)	80162 Ad E-commerce (bestaande CROHO)
RIO-(sub)onderdeel¹	Economie
ISCED-rubriek (optioneel)	04 recht, administratie, handel en zakelijke dienstverlening

2. Inhoud en programma van de opleiding

Het programma is zodanig flexibel ingericht dat studenten een eigen volgorde kunnen kiezen en twee keer per jaar kunnen instromen. Het examenprogramma van de voltijd en de duale variant Ad E-commerce ziet er als volgt uit²:

Figuur 1: Programma Ad E-commerce voltijd en duaal

	Semester 1	Semester 2
Jaar 1 60 EC	Business in Perspectief (30 EC) <ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing basis 2. Finance basis 3. Wendbare business modellen 4. Wendbare processen 5. Pilot experimenteren 6. Wiskunde/Excel 	Omnichannel (30 EC) <ol style="list-style-type: none"> 1. Logistieke keten 2. Kanaaloptimalisatie* 3. Customer experience 4. Zoekmachine marketing 5. Statistiek
Jaar 2 60 EC	E-commerce Professional (30 EC) <ol style="list-style-type: none"> 1. Data presentatie 2. Phygital 3. Customer journey 	Digital Analytics (30 EC) <ol style="list-style-type: none"> 1. Meetplan & Webanalyse* 2. Tagmanagement 3. Web analytics

¹ Voorheen CROHO.

² Zie Bijlage 1: Opzet en inhoud van de opleiding (HHS, 2023). P. 1.

	4. Communities 5. Branding 6. Inzicht in jezelf als professional	4. Kansen en mogelijkheden 5. Engels B1 *10 EC
--	--	--

Duale variant: studenten combineren werken en leren en passen hun onderwijs direct toe op hun werkplek.

Voltijd variant: hier is er sprake van een onderwijscontext waarin vanuit dezelfde leeruitkomsten een ander leer- en toetsarrangement wordt aangeboden, gericht op de voltijd doelgroep.

3. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen

3.1. Doelgroep

Op hoofdlijnen geldt dat instromende Ad-studenten hbo-onderwijs willen volgen, maar (nog) geen 4-jarige hbo-bacheloropleiding (willen) volgen. Ook kan het zijn dat zij zich naast een baan op mbo-4- of havoniveau willen specialiseren in hun vakgebied. Ad-opleidingen zijn praktijkgericht en bereiden studenten voor op de arbeidsmarkt of voor een vervolg in het hoger onderwijs” (p2).³ De voltijd en duale variant van de Ad E-commerce kennen verschillende doelgroepen.

Voltijd

Voor de voltijds variant onderscheiden we:

- De doorstromers vanuit mbo. Deze doorstromers willen voltijd doorstuderen in plaats van al te starten op de arbeidsmarkt en geven de voorkeur aan een tweejarige hbo-opleiding.
- De instromende havisten. Deze studenten geven de voorkeur aan een tweejarige hbo-opleiding in plaats van een vierjarige opleiding.
- De switchers binnen het hoger onderwijs. Ad-opleidingen kunnen, naast een opstap voor mbo-studenten, ook fungeren als een alternatief voor studenten uit het overige hoger onderwijs. Bijvoorbeeld voor studenten die eerder bij een hbo-bachelor stonden ingeschreven.

Duaal

Voor de duale variant onderscheiden we:

- De doorstromers vanuit mbo. Deze doorstromers willen werken en studeren en geven de voorkeur aan een tweejarige hbo-opleiding.
- De om- en opscholers die na hun mbo-diploma zijn gaan werken en zich willen om- en opscholen om hun arbeidsmarktpositie te versterken.
- De switchers binnen het hoger onderwijs, die werken en leren willen combineren.

3.2. Vooropleidingseis

Studenten die instromen in Ad-opleidingen voldoen aan de instroomeisen die ook voor een hbo-bachelor gelden, namelijk een mbo-4-, havo- of vwo-diploma. Aanvullend dienen studenten voor de duale variant een tripartiete overeenkomst aan te leveren. Deze studenten worden indien nodig ondersteund bij het vinden van een passende werkplek/werkgever.

³ Zie Bijlage 2: Inspectie van het Onderwijs (2022). Associate degree-opleidingen 2017-2021- factsheet - juni 2022. P. 2.

4. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden

4.1. Beroepsprofiel

De Ad E-commerce leidt vakspecialisten op die de behoeftes en wensen van de klant kunnen vertalen naar een toekomstbestendige digitale bedrijfsvoering. Ze kennen, begrijpen en verbeteren het proces van inkoop, assortiment, prijsbeleid, verkoop, afhandeling, retourbeleid en nazorg; daarbij gaat het dus om de volledige keten en de bijbehorende bedrijfsprocessen ten behoeve van verkoop op digitale kanalen. Ze beschikken over de technische, financiële en procesmatige kennis om producten via verschillende digitale kanalen en platforms te kunnen verkopen (omnichannel). Ze signaleren kansen om de webshop te optimaliseren en de conversie te verhogen, en vertalen die kansen naar concrete verbeteringen. Daarbij maken ze gebruik van kennis over consumentengedrag, trends & ontwikkelingen. Duurzaamheid is een belangrijk thema binnen de opleiding, omdat dit een actueel en relevant vraagstuk is binnen zowel de retail als de e-commerce. De Ad'er ziet E-commerce als integraal onderdeel van de bedrijfsstrategie en weet daar elke dag een praktische invulling aan te geven.

4.2. Beoogde leerresultaten, kennisgebieden en skills

Vanwege de focus op de gehele keten hanteren we voor de Ad E-commerce het beroepsprofiel van de bachelor Ondernemerschap & Retail Management (ORM), waar ook wordt gesproken over het Ad-niveau. Dit beroepsprofiel is uitgewerkt in tien competenties⁴. Deze tien competenties vormen de basis voor de Ad E-commerce. Het beroepsprofiel van de opleiding vraagt daarnaast om specifieke kennisgebieden en skills die nodig zijn voor de functies waarvoor wordt opgeleid.

Figuur 2: Beoogde leerresultaten, kennisgebieden en skills

Competenties op niveau 5	Kennisgebieden	Skills
1. Innoveren	Waardecreatie	Innoveren
2. Waardecreatie	Ketengericht denken ⁵	Managen en organiseren
3. Resultaatgericht handelen	Marketing	Communiceren
4. Leiderschap	Webdesign	Analytische vaardigheden
5. Managen en organiseren	Social Media	Klantgerichtheid
6. Samenwerken en netwerken		Ondernemende houding
7. Onderzoekend vermogen		Creativiteit
8. Analytisch vermogen		Data driven denken
9. Lerend vermogen		
10. Communiceren		

4.3. Functies waarvoor we opleiden

De opleiding leidt op voor de volgende functies:

- E-commerce manager
- Customer care officer
- Zelfstandig marketeer
- Category manager
- Brand manager
- Product manager
- Webshop manager
- E-commerce manager
- E-commerce specialist
- E-business specialist
- Coördinator e-Business
- Projectleider web/e-commerce
- Coördinator opAderations e-Commerce
- Coördinator fulfilment e-Commerce
- Warehouse coordinator
- Assistent inkoper
- Merchandise planner

Ad E-commerce specialisten kunnen zowel in het MKB worden ingezet bij (de transitie naar) digitaal opererende ondernemingen, als binnen grote ondernemingen op het runnen van de online verkoopkanalen (incl. de gehele keten van inkoop, logistiek, marketing, sales en retouren). Ook het starten van een eigen online opererende onderneming is een mogelijkheid.

⁴ Zie Bijlage 3: LOP ORM 2018. P. 15-16. Op het moment van schrijven (februari 2024) is dit landelijk nog steeds het geldende, meest recente LOP ORM.

⁵ Van bestelling tot fulfilment tot retourbeleid.

5. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de geschatte instroom voor de twee varianten van de Ad E-commerce. We starten met achtergrondinformatie over de instroom van Ad-opleidingen in het algemeen en schetsen de arbeidsmarktperspectieven van mbo-afgestudeerden. Vervolgens geven we een inschatting van de verwachte instroom in de voltijd variant en de duale variant.

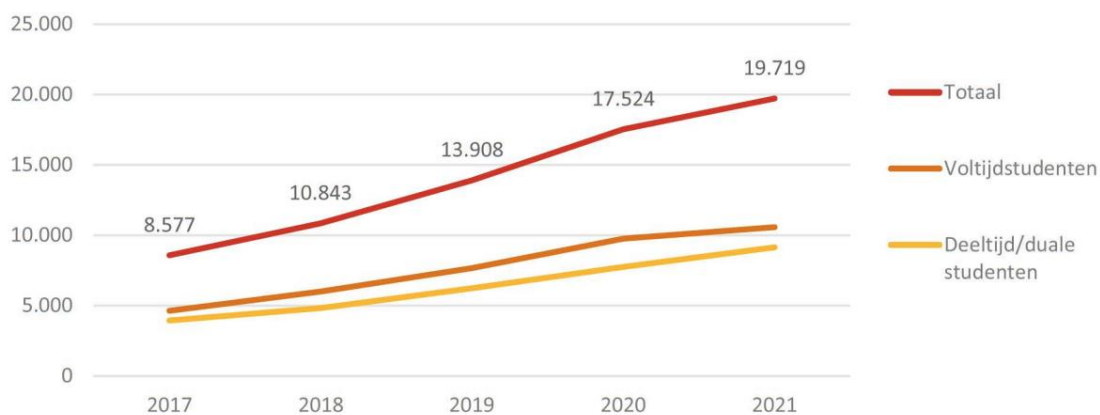
5.1. Achtergrondinformatie instroom en inschrijvingen van Ad-opleidingen

In juni 2022 heeft de Onderwijsinspectie een overzicht gemaakt van de ontwikkelingen in het Ad-onderwijs. "De Inspectie van het Onderwijs ziet dat deze opleidingen een waardevolle toevoeging zijn in het onderwijsveld en vindt het belangrijk om inzichtelijk te maken hoe deze opleidingen zich ontwikkelen, welke studenten zich inschrijven, hoe het rendement van deze opleidingen eruit ziet, en deze informatie met het veld te delen." Deze achtergrondinfo biedt aanknopingspunten om vervolgens de geschatte instroom te onderbouwen en aannemelijk te maken.

Achtergrondinformatie over het aanbod van Ad-opleidingen, inschrijvingen en instroom⁶:

- Het aantal Ad-studenten neemt jaarlijks toe. In 2021 stonden er zo'n 20.000 studenten ingeschreven bij een bekostigde Ad-opleiding.
- Ook het aanbod van Ad-opleidingen neemt sinds 2017 gestaag toe. Jaarlijks komen er ongeveer 20 Ad-opleidingen bij. Per 1 oktober 2021 waren er 263 Ad-opleidingen. Het merendeel van de Ad-opleidingen, 74%, wordt ook als deeltijdvariant aangeboden.
- Hoewel het aantal aangeboden bekostigde deeltijd- of duale Ad-opleidingen groter is dan het aantal voltijd-opleidingen, is het aantal inschrijvingen juist hoger bij voltijd Ad-opleidingen.
- In de afgelopen 5 jaar volgde gemiddeld 55% van de ingeschreven studenten een Ad-opleiding in voltijd, waar de overige 45% deze Ad-opleidingen dus in deeltijd of duaal volgde.

Figuur 3: Inschrijvingen van Ad-studenten in de periode 2017-2021



Samenstelling van de instroom⁵:

- Voor de instroom van Ad-opleidingen kunnen we onderscheid maken tussen directe en indirecte instroom.
 - Voor directe instroom geldt dat deze studenten nog niet eerder in het hoger onderwijs ingeschreven stonden. Dit betreft 58% van de Ad-studenten.
 - 76% van de direct instromende studenten komt uit het mbo. In de hbo-bachelor is dit aandeel 33%.
 - 42% van de Ad-studenten is te typeren als indirecte instroom, deze studenten stonden al eerder ingeschreven in het hoger onderwijs.
- Instromende mbo'ers in Ad-opleidingen zijn gemiddeld ouder dan instromende mbo'ers in het hbo-bacheloropleidingen. Dit komt vooral doordat een relatief grote groep oudere deeltijd-/duale studenten een Ad-opleiding gaat volgen.

⁶ Zie Bijlage 2: Inspectie van het Onderwijs (2022). Associate degene-opleidingen 2017-2021- factsheet – juni. P. 2.

Het dashboard instroom, inschrijvingen en diploma's van de Vereniging Hogescholen geeft onderstaande cijfers ten aanzien van de instroom in bachelor en Ad-opleidingen in respectievelijk voltijd, duaal en deeltijdvarianten. Ook uit deze cijfers blijkt dat de groei van de totale instroom in Ad-opleidingen doorzet, in zowel deeltijd, duaal als voltijd varianten.

Tabel 1: Instroom van Ad-studenten in de periode 2017-2023⁷

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
voltijd ba	89669	90254	90744	99862	88172	82478	79915
voltijd ad	2547	3451	4188	5172	4721	5446	6891
totaal voltijd ba/ad	92216	93705	94932	105034	92895	87924	86806
%voltijd ba	97,2%	96,3%	95,6%	95,1%	94,9%	93,8%	92,1%
%voltijd ad	2,8%	3,7%	4,4%	4,9%	5,1%	6,2%	7,9%
duaal ba	1458	1628	1686	1823	1709	1734	1686
duaal ad	437	542	635	797	825	893	1086
totaal duaal ba/ad	1895	2170	2321	2620	2534	2627	2772
%duaal ba	76,9%	75,0%	72,6%	69,6%	67,4%	66,0%	60,8%
%duaal ad	23,1%	25,0%	27,4%	30,4%	32,6%	34,0%	39,2%
deeltijd ba	6022	6585	7349	7581	7721	6913	6670
deeltijd ad	1913	2447	3157	3534	4085	4200	4760
totaal deeltijd ba/ad	7935	9032	10506	11115	11806	11113	11430
%deeltijd ba	75,9%	72,9%	65,8%	66,1%	64,2%	69,5%	58,4%
%deeltijd ad	24,1%	27,1%	30,0%	31,8%	34,6%	37,8%	41,6%
totaal ba	97149	98467	99779	109266	97602	91125	88271
totaal ad	4897	6440	7980	9503	9631	10539	12737
totaal ba + ad	102046	104907	107759	118769	107235	101664	100900
% ba	95,2%	93,9%	92,6%	92,0%	91,0%	89,6%	87,4%
% ad	4,8%	6,1%	7,4%	8,0%	9,0%	10,4%	12,6%

5.2. Arbeidsmarktperspectief mbo-afgestudeerden

Zoals in de vorige paragraaf is genoemd, komt zo'n driekwart van de direct instromende studenten uit het mbo. Het is daarom relevant om het arbeidsmarktperspectief van deze mbo'ers te bespreken. Op dit moment is het arbeidsmarktperspectief van afgestudeerden van verschillende relevante mbo-vooropleidingen volgens ROA bescheiden, waardoor om- en opscholing middels een voltijds opleiding of duaal traject voor deze studenten interessant kan zijn. Dit geldt in het bijzonder voor de mbo-afgestudeerden in het domein 'mediavormgeving'. Het percentage werklozen onder deze groep is relatief 'hoog'. Tevens zien we een relatief 'hoog' aantal afgestudeerden die op dit moment al een lange opleiding volgen. Een opleiding wordt door het ROA geclassificeerd als lang, wanneer de opleiding langer dan zes maanden duurt.

⁷ [Vereniging Hogescholen](#) Gebruikte selectie om tot deze dashboard view te komen: Studentenaantal: instroom, soort ho: hbo, type ho: ad, ba, ma, opleidingsvorm: voltijd, deeltijd, duaal.

Tabel 2: Actuele arbeidsmarktsituatie 2021-2022 mbo afgestudeerden (bron: ROA AIS)

Mbo domein	Arbeids-volume	Arbeids-volume in fte	Werkloze beroepsbevolking	Volg korte opleiding	Volgt lange opleiding	Student
Mediavormgeving	46600	0,8	5% Hoog	9% Gemiddeld	21% Hoog	15% Erg hoog

De arbeidsmarktprognoses voor 2028 voor mbo-afgestudeerden van de voor de Ad E-commerce relevante (voor)opleidingen is niet goed. Voor de mbo-opleidingen in de domeinen 'transport en logistiek', 'mediavormgeving' en 'commerciële dienstverlening' lijken er in 2028 substantieel meer mbo-afgestudeerden te zijn die instromen op de arbeidsmarkt, dan dat er baanopeningen zullen zijn. Voor deze mbo-afgestudeerden kan het waardevol zijn om zich op- of om te scholen richting een digitale markt, middels een voltijd opleiding of een duaal traject. Waarbij het voor deze groep interessant is om naast een volledige bachelor ook te kunnen kiezen voor een Ad opleiding.

Tabel 3: Mbo-uitstroom en instroom op de arbeidsmarkt prognoses 2028 (bron: ROA AIS)

Mbo domein	Instroom op arbeidsmarkt in 2028	Baanopeningen in 2028	Vershil
Tansport en logistiek	11900	6100	5800 overschot
Mediavormgeving	44300	14100	30200 overschot
Commerciële dienstverlening	16300	7900	9300 overschot

5.3. Geschatte instroom Ad E-Commerce voltijd

In deze paragraaf geven we een schatting van de toekomstige instroom in de voltijd variant van de Ad E-Commerce. Om tot een gedegen inschatting te komen van de instroom voor de voltijd Ad E-commerce is het relevant om onderscheid te maken tussen de directe en indirecte instroom.

Directe instroom bestaat uit 'de instromende havisten' en 'de doorstromers vanuit mbo'. Op basis van de in paragraaf 5.1 genoemde landelijke cijfers is zes op de tien (58%) Ad-studenten te typeren als een directe instromer. Driekwart (76%) van de directe instromers is een doorstromer uit het mbo. Vier op de tien Ad-studenten is te typeren als indirecte instromer, zij zijn reeds actief geweest in het hoger onderwijs, maar zijn geswitcht. Op basis van het bovenstaande zou de verdeling van de instroom als volgt zijn.

Tabel 4: Verdeling van geschatte instroom

Directe instroom 60%		Indirecte instroom 40%
Doorstromer mbo 45%	Instromende havisten 15%	Switchers 40%

Rekening houdend met deze verdeling kunnen we starten met de verwachte directe instroom vanuit onze mbo-partners in de regio. Momenteel is de meest verwante mbo-opleiding die van E-commerce specialist (Mbo4 Beroepsopleidende Leerweg - BOL). Deze wordt in ons verzorgingsgebied aangeboden door zowel mboRijnland als ROC Mondriaan.

- mboRijnland biedt deze opleiding aan sinds studiejaar 2021-2022. Dit betekent dat rond de zomer van 2024 de eerste studenten deze opleiding zullen afronden. De opleiding wordt aangeboden in de vestigingen Woerden en Zoetermeer.
- ROC Mondriaan biedt deze opleiding sinds 2023-2024 aan in de vestiging in Den Haag. Rond de zomer van 2026 zullen de eerste studenten de opleiding afronden.

Zie onderstaand de instroomcijfers van de opleiding E-commerce specialist (voorheen E-commerce manager) van de bovengenoemde opleidingen.

Tabel 5: Instroom Mbo E-Commerce Specialist in de regio

	2021	2022	2023
mboRijnland	67 studenten	125 studenten	97 studenten ⁸
ROC Mondriaan	N.v.t.	N.v.t.	100 studenten ⁹

Om tot een inschatting te komen van de instroom voor Ad E-Commerce doen we de volgende gefundeerde aannames op basis van gesprekken met onze mbo-partners (mboRijnland en ROC Mondriaan)¹⁰:

- Onze mbo-partners schatten in dat gemiddeld tweederde van de mbo-studenten die gestart zijn in de opleiding E-commerce specialist deze mbo-opleiding ook afronden. Dit is gelijk aan het gemiddelde diplomaresultaat van deze instellingen, zoals te vinden in de onderwijsdata bij DUO¹¹.
- Van deze mbo-afgestudeerden wil eveneens tweederde doorstuderen op het hbo, waarvan 40% werken en leren wil combineren (in de deeltijd of duale vorm) en 60% middels een voltijd opleiding. Deze verhouding is vergelijkbaar aan onze bestaande Ad F&C instroom (35% dt/du vs. 65% vt).
- De helft hiervan zal gericht willen doorstromen naar een aansluitende hbo-opleiding.
- Gezien onze 2 + 2 route (2 jaar Ad en 2 jaar bachelor kopstudie) biedt de doorstroom naar de Ad E-commerce een zeer passende route. Zowel voor studenten die nog twee jaar willen studeren t.b.v. een Ad-opleiding en voor studenten die de optie voor doorstuderen tot een bacheloropleiding willen openhouden. Vanwege de geografische nabijheid en de nauwe banden tussen de instellingen verwachten we dat 75 procent van de afgestudeerden van de mbo E-commerce specialist die wil doorstuderen, daadwerkelijk zal kiezen voor Ad E-commerce bij De Haagse Hogeschool.

Bovenstaande betekent dat er vanuit mboRijnland in 2024 zeven studenten instromen in de voltijds variant, in 2025 13 studenten en in 2026 tien studenten. Vanuit ROC Mondriaan zullen hun studenten E-Commerce specialist vanaf 2026 instromen. Dan verwachten we tien instromende studenten in de voltijdsvariant.

- MboRijnland en ROC Mondriaan bieden naast de mbo E-Commerce specialist ook andere verwante mbo4-opleidingen aan. In 2022-2023 startten respectievelijk zo'n 730 en 665 studenten in een aanverwante mbo –opleiding in het verzorgingsgebied van de Haagse Hogeschool. Het is aannemelijk dat ook vanuit deze mbo-opleidingen enkele afgestudeerde studenten voor doorstuderen bij de Ad E-commerce zullen kiezen. We doen hier een minimale inschatting van 1%=14 studenten, wederom in de verhouding 9 in de voltijd en 5 in de duale variant (een combinatie werken-leren). We gaan hier voor de zekerheid uit van een stabiel aantal.
- Daarnaast zal een enkele student instromen vanuit niet verwante mbo-opleidingen, dan wel van buiten het directe verzorgingsgebied van de Haagse Hogeschool. Deze groep kwantificeren we vanwege het kleine aantal niet separaat.

Op basis van deze aannames komen we tot de volgende aantallen voor de directe instroom vanuit het mbo.

⁸ [Instromende mbo -studenten - Middelbaar beroepsonderwijs - DUO Open Onderwijsdata](#). Zie Bijlage 4a, 4b en 4c Instroom MBO E-commerce manager mboRijnland 2021-2023.

⁹ Zie Bijlage 5: Gespreksverslag mbo-partners 2023. P. 1-2.

¹⁰ Zie Bijlage 5: Gespreksverslag mbo-partners 2023. P. 1-2.

¹¹ Zie Bijlage 4a, 4b en 4c Instroom MBO E-commerce manager mboRijnland 2021-2023.

Tabel 6: Ingeschatte doorstroom van afgestudeerden van de mbo-opleiding E-Commerce Specialist en overige mbo-opleidingen naar de voltijd Ad E-commerce

	2024	2025	2026
mboRijnland	7	13	10
ROC Mondriaan	nvt	nvt	10
Overige mbo opleidingen	9	9	9
Totaal directe doorstroom uit MBO	16	22	29

Wanneer we de inschatting van de directe instroom vanuit het mbo als basis gebruiken en de eerdere genoemde verdeling (van directe en indirecte instroom) doortrekken, dan kunnen we een totale schatting maken.

Tabel 7: Ingeschatte instroom in de voltijd Ad E-commerce

	2024	2025	2026
Totaal directe doorstroom uit MBO (45%)	16	22	29
Directe instroom havisten (15%)	5	7	10
Instroom switchers (40%)	14	20	26
Totaal verwachte instroom in voltijd Ad E-commerce aan De Haagse Hogeschool	35	49	65

Voor een benchmark bij deze inschatting verwijzen we ook naar tabel 10 over de instroomaantallen bij de sterk verwante opleidingen bij andere hogescholen in paragraaf 7.1. Wij denken daarom dat bovenstaande inschatting aannemelijk is, mede gezien de algemene groei van de Ad-opleidingen zoals beschreven in paragraaf 5.1.

Geschatte instroom Ad E-Commerce dual

We zien de volgende relevante doelgroepen voor de Ad E-commerce in duale variant:

- De doorstromers vanuit mbo. Deze doorstromers willen werken en studeren en geven de voorkeur aan een tweejarige hbo-opleiding. Noot: voor een inschatting van de instroom van de duale opleiding nemen we de groep havisten niet mee, omdat de verwachting is dat deze groep voor wat betreft de directe instroom minimaal zal zijn.
- De om- en opscholers die na hun mbo-diploma zijn gaan werken en zich willen op- of omscholen middels een werk-leer traject.
- Switchers vanuit het hoger onderwijs. Dit betreft studenten die hun studie liever in een werk-leer traject vervolgen.

De doorstromers vanuit het mbo en de switchers vanuit het hoger onderwijs zijn in te schatten op basis van de in paragraaf 5.3 gebruikte uitgangspunten in de verhouding van resp. 60% en 40%.

Tabel 8: Ingeschatte doorstroom van afgestudeerden van de mbo-opleiding E-Commerce Specialist en overige mbo-opleidingen naar de duale Ad E-commerce

	2024	2025	2026
mboRijnland	5	9	7
ROC Mondriaan	nvt	nvt	7
Overige mbo-opleidingen	5	5	5
Totaal directe doorstroom uit MBO	10	14	19

Wanneer we de inschatting van de directe instroom vanuit het mbo als basis gebruiken en de eerdergenoemde verdeling (van directe en indirecte instroom) doortrekken, dan kunnen we een totale schatting maken.

Tabel 9: Ingeschatte instroom in de duale Ad E-commerce

	2024	2025	2026
Totaal directe doorstroom uit MBO, havisten laten we buiten beschouwing (60%)	10	14	19
Instroom switchers (40%)	7	9	13
Totaal verwachte instroom in duale Ad E-commerce aan De Haagse Hogeschool	17	23	32

In tegenstelling tot de voltijds variant van de Ad E-Commerce, vraagt de deelname aan het duale traject actieve participatie van bedrijven. Hierom is het waardevol om bij de instroom van de duale variant ook kort stil te staan bij e-commerce gerelateerde ontwikkelingen, de ervaren opleidingsbehoefte en de ervaringen met duale trajecten.

- De retail is volop in ontwikkeling en is er een evidente verschuiving waar te nemen van fysieke retail naar E-commerce en omnichanneling. ██████████, Hoogleraar Labour Market Flexibility en Senior onderzoeker CBS, benadrukt dat E-commerce en omnichanneling andere kwaliteiten vragen van medewerkers en bedrijven. Het ligt in de lijn der verwachting dat werkgevers hun medewerkers willen ondersteunen in deze transitie.
- Dit wordt bevestigd door het werkgeversonderzoek van Panteia uit 2023, Een significant deel van de werkgevers verwacht binnen nu en vijf jaar een opleidingsbehoefte.¹² “Op de vraag of zij behoefte hebben aan e-commerce professionals die werken en leren combineren, geven 87 bedrijven (79%) aan hier zeker of misschien behoefte aan te (zullen) hebben. Gemiddeld verwachten zij in de komende vijf jaar zo’n twee vacatures te hebben voor dit type medewerker”.
- Bijna een derde van de ondervraagde bedrijven heeft op dit moment al ervaring met het faciliteren van een werken-lerentraject voor bestaande werknemers. Voor nieuwe medewerkers is dit zelfs vier op de tien bedrijven. Ongeveer een derde (30%) van de respondenten geeft aan in het afgelopen jaar moeite te hebben gehad om vacatures op het gebied van e-commerce te vervullen. Aan deze bedrijven is gevraagd wat zij doen om deze vacatures toch te vervullen. De overgrote meerderheid neemt dan weleens iemand aan die niet de juiste opleiding heeft. Daarbij leidt 41% zelf personeel op en laat 59% nieuw personeel een externe opleiding volgen.

Het bovenste illustreert dat er in de regio een significante groep bedrijven is te vinden die bereid zijn om medewerkers aan te nemen en een Ad-opleiding E-commerce bij De Haagse Hogeschool te laten volgen in duale variant.

6. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte

Dit hoofdstuk beschrijft de arbeidsmarktontwikkelingen binnen de retail en de E-commerce in het bijzonder. In de E-commerce zijn er structurele tekorten op de arbeidsmarkt. Deze tekorten worden geïllustreerd met zowel nationale als regionale onderzoeken.

Online aankopen hebben in het laatste decennium een enorme vlucht genomen en overstijgen in sommige (sub)sectoren het offline segment. Door de coronacrisis is E-commerce nog verder in een stroomversnelling geraakt¹³. Online zakendoen vergt andere kennis en vaardigheden op het gebied van onder meer marketing, klantenbeheer en logistiek; dat geldt voor nieuwe medewerkers, maar zeker ook voor zittende medewerkers.¹⁴

¹² Zie Bijlage 6: Rapportage werkgeversonderzoek Ad E-Commerce, Panteia, september 2023. Noot: de steekproef van ondervraagde bedrijven (110) is representatief voor de gehele populatie (2438 bedrijven). Zie p.6 en 9.

¹³ <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/sectorprognoses/retail/webwinkels-beconcurreren-traditionele-retail.html>

¹⁴ [Gevolgen van online retail op de arbeidsmarkt \(cbs.nl\)](#)

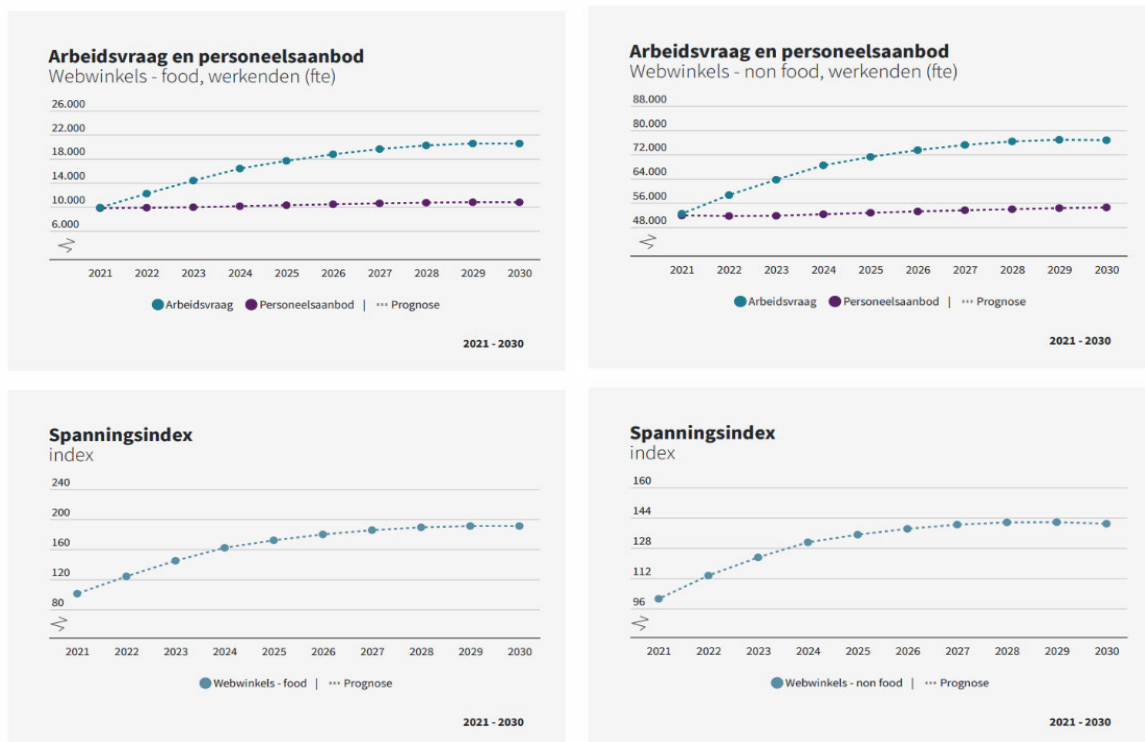
6.1 Nationale arbeidsmarktontwikkelingen

De sterke groei van de E-commerce vertaalt zich al enkele jaren in substantiële tekorten aan gekwalificeerd personeel. Uit een onderzoek van onderzoeksbureau Panteia in opdracht van de Human Capital Tafel Logistiek bleek dat al in 2017 50% van de E-commerce-bedrijven kampte met moeilijk vervulbare functies. Dit rapport schetst de arbeidsmarkt als volgt: *“Nederland telt steeds meer E-commercepersoneel. Bij zelfstandige webwinkels (pure online players) en de webwinkels van fysieke winkels (omnichannel players) zijn in totaal inmiddels 125.000 mensen werkzaam. Het gaat om ruim 20.000 hoger opgeleide mensen met specifieke E-commerce-skills, 80.000 man aan ondersteunend personeel en nog eens ruim 20.000 zelfstandigen met een webwinkel.”*¹⁵

Deze lijn is de afgelopen zes jaar verder doorgezet en deze ontwikkelingen op de arbeidsmarkt worden bevestigd door het onderzoek van ABF¹⁶. Zij maken onderscheid binnen de E-commerce tussen de food en non-food sector:

- Beide subsectoren lieten in de periode 2015-2022 een personele (jaar-op-jaar) groei zien van gemiddeld ruim boven de 10 procent;
- Beide sectoren bevatten een relatief hoog percentage hoogopgeleiden;
- Voor beide subsectoren is de spanningsindex momenteel boven de 100, wat een zeer krappe arbeidsmarkt aangeeft. De spanningsindex stijgt naar verwachting bovendien nog verder tussen 2023 en 2028.

Figuur 4: Arbeidsvraag en personeelsaanbod en de spanningsindex voor webwinkels – food en non food ABF (2022)



Met de opkomst en groei van E-commerce en omnichanneling worden, zoals reeds vermeld, andere kwaliteiten van medewerkers en bedrijven gevraagd, met name als het gaat om het inzetten van nieuwe online kanalen. Het UWV-rapport Kansrijke Beroepen (2023) illustreert dat kennis en vaardigheden over SEO, content creation of data-analytics veel worden gevraagd. Het in 2023 uitgevoerde arbeidsmarktonderzoek bevestigt dit beeld ook en noemt deze kennis en vaardigheden relevant¹⁷. Deze onderdelen hebben dan ook een plek gekregen in de opleiding.

¹⁵ <https://www.thuiswinkel.org/webshops/nieuws/groot-tekort-aan-gekwatificeerd-e-commercepersoneel/> (samenvatting van het rapport van Panteia 2017, zie hierboven)

¹⁶ Dashboard - Arbeidsmarktprognoses - Nederland (databank.nl). Te vinden via: thema: arbeidsmarktprognoses, subsector: fysiek en web, subsector: detailhandel non-food.

¹⁷ Zie Bijlage 6: Rapportage werkgeversonderzoek Ad E-Commerce, Panteia, september 2023, p. 12.

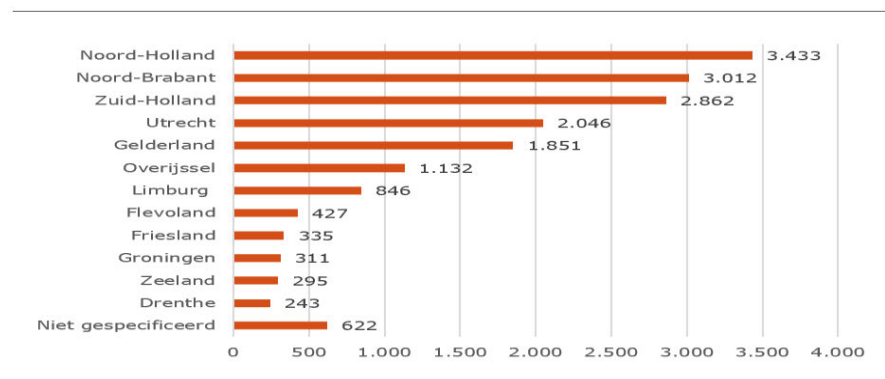
De prognoses van het ROA voor 2026 en 2028 laten een diffuus beeld zien voor de relevant geachte opleidingstypen en beroepsgroepen¹⁸. Voor relevante opleidingstypen als de bachelor financieel management en fiscaal recht worden voor 2026 en 2028 'vrijwel geen knelpunten' verwacht. Voor de bachelor marketing en public relations verschuift de prognose van 'vrijwel geen' knelpunten in 2026 naar 'geen' in 2028. Voor de bachelor transport en logistiek zijn er in 2028 'enige' knelpunten. Hierbij moet worden opgemerkt dat de clusters van opleidingstypen die het ROA hanteert niet naadloos aansluiten bij de voorgenomen opleiding.

Voor de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales en de beroepsgroep bedrijfskundigen en organisatieadviseurs is het aantal knelpunten 2026 'groot', maar wordt verwacht dat er in 2028 'vrijwel geen' knelpunten zijn. Wel wordt duidelijk dat de vraag naar leidinggeven in de detail- en groothandel, inclusief retail bedrijven die actief zijn in de e-commerce, het aanbod overstijgt. Voor de beroepsgroep managers detail- en groothandel worden in 2028 'grote' knelpunten verwacht. Voor de breed gedefinieerde beroepsgroep - horeca, detail- en overige diensten - worden in 2028 en 'enige knelpunten' verwacht.

6.2 Regionale arbeidsmarktontwikkelingen

Dat de vraag naar E-commerce medewerkers het aanbod overstijgt is niet alleen een nationale ontwikkeling. Het werkgeversonderzoek van Panteia uit 2023 toont aan dat de huidige en de te verwachten tekorten ook in het verzorgingsgebied van de Haagse Hogeschool gelden. Van de 110 ondervraagde (regionale) werkgevers geeft een overgrote meerderheid aan dat zij verwacht dat de behoefte aan werkenden met Ad E-commerce zal toenemen, zowel binnen hun eigen organisatie (73%) als binnen hun sector (80%) en de arbeidsmarkt als geheel (86%). Terugkijkend geeft "de helft van de respondenten aan dat de vraag naar e-commerce specialisten op AD-niveau in de afgelopen 3 jaar is gegroeid of zelfs sterk is gegroeid" (p.8).

Figuur 5: Verdeling relevante Ad E-commerce vacature over de provincies



De eerder aangehaalde vacature-analyse van Panteia¹⁹ illustreert tevens dat de "meeste werkgelegenheid voor afgestudeerden van de AD E-commerce is te vinden in de Randstad en Noord-Brabant." Het verzorgingsgebied van De Haagse Hogeschool valt binnen de Randstad. In figuur 4 wordt de spreiding van de vacatures over de provincies getoond.

Samenvattend kan gesteld worden dat er zowel nationaal als regionaal een grote vraag is naar e-commerce specialisten en managers is op het Ad-niveau, waarvan bedrijven verwachten dat deze in de komende jaren nog verder zal toenemen.

¹⁸ Zie Bijlage 7: ROA gegevens.

¹⁹ Zie Bijlage 8: Panteia, 2023. Vacature-analyse Ad E-Commerce. P. 4.

7. Analyse bestaand aanbod en inschatting verwante instroom

In deze paragraaf analyseren we het bestaande aanbod. We starten met de beschrijving van het voltijds aanbod en daarna bespreken we het aanbod dat relevant is voor de duale variant.

7.1. Ad E-commerce Voltijd

In de onderstaande paragrafen worden de aanbieders van de verschillende sterk verwante, verwante en enigszins verwante opleidingen en de instroomaantallen. We beperken ons hierbij tot bekostigde Ad-opleidingen. Voor de sterk verwante opleidingen wordt in de concurrentie-analyse²⁰ ook een inhoudelijke beschrijving gegeven van de aanbieders.

Sterk verwante opleidingen

Logischerwijs is de Ad E-commerce een sterk verwante opleiding. Dit kan ook gesteld worden voor een enkele Ad-opleiding Ondernemerschap & Retail Management, in het geval er is gekozen voor een sectorale focus op de retail, die zowel de fysieke retail als e-commerce dekt. De Ad-opleiding E-Commerce wordt momenteel aangeboden door de Hogeschool Utrecht en Windesheim. De Ad Ondernemerschap & Retail Management van Saxion kent een sterke focus op retail, inclusief E-Commerce. In de onderstaande tabel zijn de instroomaantallen van de drie sterke verwante opleidingen weergegeven. Ze laten gezamenlijk een groei zien in de afgelopen jaren, waarbij moet worden opgemerkt dat zij alle drie in de afgelopen jaren zijn gestart.

Tabel 10: Instroom van sterk verwante voltijds Ad-opleidingen (2020-2023) o.b.v. VH

	2020	2021	2022	2023
E-Commerce - Hogeschool Utrecht (Amersfoort)			49	59
E-Commerce – Windesheim (Zwolle)	166	115	109	103
Ondernemerschap & Retail Management (met E-Commerce focus) – Saxion (Deventer, Enschede)		32	45	82
Totale instroom	166	147	203	244

Graag benadrukken we dat deze sterke verwante Ad-opleidingen allen in het oosten van het land worden aangeboden en daarmee ruim buiten het directe verzorgingsgebied van de Haagse Hogeschool liggen. Het is derhalve niet aannemelijk dat het aanbieden van de Ad-E-commerce op onze hoofdvestiging in Den Haag tot een versplintering van het opleidingsaanbod leidt.

Verwante opleidingen

We beschouwen de overige Ad-opleidingen in het HEO domein Creative & Commerce als verwante opleidingen. In de onderstaande tabel zijn de instroomaantallen van de verwante opleidingen weergegeven. De opleidingen kennen een stabiele instroom, die in 2023 gegroeid is.

Tabel 11: Instroom van verwante voltijds Ad-opleidingen (2020-2023) o.b.v. VH

	2020	2021	2022	2023
Commercieel Management - Zuyd	65	55	61	73
Commerciële Economie – Fontys	42	45	38	63
Commerciële Economie – NHL Stenden	30	33	27	29
Commerciële Economie – Windesheim	45	47	48	51
Marketing Management - Avans	113	93	75	148
Sales & Accountmanagement – Hogeschool Utrecht	55	69	63	86
Sales & Accountmanagement – Hogeschool Rotterdam		33	51	67
Ondernemen – Hogeschool Rotterdam	199	152	119	114
Ondernemen - Windesheim	69	75	71	71
Ondernemen – Hanze	62	57	52	69

²⁰ Zie Bijlage 9: Concurrentieanalyse Ad E-commerce (HHS, 2023). P. 1-6.

Ondernemerschap & Retail Management (Ondememerschap focus) – Avans	80	51	63	95
Ondernemerschap & Retail Management (Ondememerschap focus) – Fontys	44	35	38	46
Ondernemerschap & Retail Management (Ondememerschap focus) – NHL Stenden	42	35	32	35
Totale instroom	846	780	738	947

Enigszins verwante opleidingen

We beschouwen de Ad-opleidingen het HEO domein Management als enigszins verwante opleidingen. In het onderstaande overzicht zijn de verschillende Ad-opleidingen en aanbieders weergegeven. In de onderstaande tabel zijn de instroomaantallen van de enigszins verwante opleidingen weergegeven. De opleidingen kennen een stabiele instroom.

Tabel 12: Instroom van enigszins verwante voltijds Ad-opleidingen (2020-2023) volgens VH

	2020	2021	2022	2023
Bedrijfskunde – Avans	147	130	179	200
Management – Hogeschool Rotterdam	151	125	106	91
Management – Avans	113	95	95	131
Management – Hogeschool Zeeland	52	30	38	54
Management – Windesheim	172	154	181	171
Totale instroom	635	534	599	647

Nieuwe (verwachte) macrodoelmatigheidsaanvragen

Recent zijn de macrodoelmatigheidsaanvragen voor een voltijds Ad E-business (verwant aanbod) door InHolland voor de vestigingen in Rotterdam en Haarlem positief ontvangen.

In september 2023 heeft daarnaast de HvA een vooraankondiging voor een nieuwe voltijd (en deeltijd) Ad E-commerce ingediend (sterk verwant). Voor beide opleidingen is het de verwachting dat deze, afhankelijk van een positief macrodoelmatigheidsbesluit en een positief TNO-besluit, niet eerder dan in 2025 worden gestart. Met de beide instellingen is afstemming geweest, zie hiervoor hoofdstuk 11 Afstemming.

7.2. Ad E-commerce Duaal

Om het bestaande aanbod te analyseren maken we onderscheid tussen sterk verwante opleidingen, verwante opleidingen en enigszins verwante opleidingen. We beperken ons hierbij tot bekostigde Ad-opleidingen. We zullen zowel de deeltijd als duale varianten weergeven.

Sterk verwante opleidingen

Tabel 13: Instroom van sterk verwante deeltijd Ad-opleidingen (2020-2023) o.b.v. VH

Opleiding	2020	2021	2022	2023
E-Commerce – Windesheim – deeltijd	11	15	18	21
ORM (met E-Commerce focus) – Saxion - deeltijd	16	16	14	14
Totale instroom	27	31	32	35

De instroom van onze eigen deeltijd Ad E-Commerce is hieronder weergegeven.

Tabel 14: Instroom van onze reeds bestaande deeltijd Ad E-Commerce

Opleiding	2023	Feb 2024
E-Commerce – De Haagse Hogeschool – deeltijd	11	8

Verwante opleidingen

Tabel 15: Instroom van verwante deeltijd en duaal Ad-opleidingen (2020-2023) o.b.v. VH

Opleiding	2020	2021	2022	
Commerciële Economie – Fontys deeltijd	20	19	20	23
Commerciële Economie – HAN deeltijd	18	14	21	21
Commerciële Economie – NHL deeltijd			<5	8
Commerciële Economie – NHL Stenden duaal			5	9
Commerciële Economie – HAN duaal	34	38	32	41
Marketing Management - Avans deeltijd	54	51	43	44
Sales & Accountmanagement – Hogeschool Utrecht deeltijd		34	33	34
Sales & Accountmanagement – Hogeschool Rotterdam deeltijd	40	32	39	27
Ondernemen – Christelijke hogeschool Ede deeltijd	21	28	23	23
ORM (Ondernemerschap focus) – Avans deeltijd	53	62	56	59
ORM (Ondernemerschap focus) – Avans duaal	139	129	125	146
ORM (Ondernemerschap focus) – Fontys duaal	17	13	11	15
ORM focus) – NHL Stenden duaal	158	119	106	146
Totale instroom	554	539	517	596

Enigs verwante opleidingen

Tabel 16: Instroom van enigszins verwante deeltijd en duale Ad-opleidingen (2020-2023)

Opleiding	2020	2021	2022	2023
Bedrijfskunde – HAN duaal	40	33	28	41
Bedrijfskunde – HAN deeltijd	53	51	51	37
Bedrijfskunde – Avans deeltijd	125	100	95	108
Bedrijfskunde – Hanze deeltijd		20	24	35
Bedrijfskunde – HZ deeltijd	16	19	14	13
Bedrijfskunde - NHL Stenden deeltijd			12	36
Management – Hogeschool Rotterdam deeltijd	64	53	40	53
Management – Avans deeltijd		26	23	25
Management – Saxion deeltijd	22	52	41	43
Management – Windesheim deeltijd	49	38	47	81
Totale instroom	369	392	374	472

De bovengenoemde opleidingen kennen *overall* een stabiele instroom. Ook voor de duale variant kan worden geconstateerd dat het bestaand aanbod aan deeltijd en duale varianten vooral geconcentreerd is buiten de Randstad. Alleen de verwante opleiding Sales- en accountmanagement en de enigszins verwante opleiding Management van de Hogeschool Rotterdam grenzen aan het verzorgingsgebied van De Haagse Hogeschool; deze kennen echter een andere inhoudelijke focus, waardoor geen onderlinge concurrentie wordt voorzien (zie ook Hoofdstuk 10 Afstemming).

8. Noodzaak tot start nieuwe opleiding

De voorgaande hoofdstukken onderbouwen dat er vraag is vanuit de arbeidsmarkt en dat er ruimte in het aanbod zit. Samenvattend zien wij om de volgende redenen dan ook een noodzaak voor het starten van een voltijd en duale variant van de bestaande deeltijd Ad E-commerce aan de Haagse Hogeschool:

✓ **Aansluiting bij speerpunten HEO-sectorplan**

De Ad E-commerce voltijd en duaal sluit nauw aan bij de speerpunten in het recente HEO sectorplan voor de ontwikkeling van het economisch domein, met specifieke aandacht voor technologisch burgerschap en cross-overs tussen sectoren.

✓ **Aansluiting bij het instellingsprofiel**

Op instellingsniveau is de uitbreiding van het Ad-onderwijs met een voltijd Ad E-commerce en een duale Ad E-commerce (LLO) in lijn met de strategische onderwijsportfolio van De Haagse, dat onder andere meer inzet op nieuwe Ad-opleidingen en meer LLO-onderwijs. Op inhoudelijk vlak sluit de Ad E-commerce aan bij de ambities uit het Instellingsplan van De Haagse, waarin digitalisering als context binnen het onderwijs een belangrijk focuspunt is (zie ook hoofdstuk 9 voor de aansluiting met het instellingsprofiel).

✓ **Aantoonbare arbeidsmarktbehoefte en verwachte instroom**

Ad-opleidingen hebben een sterk regionaal karakter. Dit maakt dat de inhoud nog nadrukkelijker tot stand komt op basis van regionale behoeftes van werkgevers. Op dit moment wordt er nog geen Ad E-commerce voltijd en duaal aangeboden in ons verzorgingsgebied.

De retail kent al enige jaren een digitale transitie. Het werkveld in retail en marketing ziet dan ook een stijgende behoefte op de arbeidsmarkt aan medewerkers e-commerce op het Associate Degree (Ad)-niveau. Ook neemt de positie van online verkoopkanalen ten opzichte van fysieke winkels alsook van de online kanalen van fysieke winkels nog steeds toe. Op basis van deze constatering is de arbeidsmarktbehoefte voor een voltijd- en duale variant Ad E-commerce onderzocht. Deze uitkomst is positief: de arbeidsmarktbehoefte aan medewerkers met een opleiding e-commerce op Ad-niveau is zo groot dat de opleiding ook via een voltijds- en een duale variant door de hogeschool zou kunnen en moeten worden aangeboden.²¹

Ook is aangetoond dat er voldoende instroom wordt verwacht, zowel vanuit de mbo's, als studenten die switchen (zie ook hoofdstuk 5). Deze instroom kan na het behalen van hun diploma terecht op een arbeidsmarkt, waar grote behoefte is aan professionals die zowel kennis als vaardigheden beschikken op het gebied van E-commerce (zie hoofdstuk 6).

✓ **Geconstateerde ruimte in het opleidingsaanbod en verbetering landelijke spreiding**

De Ad E-commerce voltijd en duaal is geen nieuwe opleiding, maar biedt twee nieuwe varianten van de bestaande deeltijdopleiding Ad E-commerce bij De Haagse Hogeschool. Met alleen een Ad Finance & Control in voltijd en resp. Ad Finance & Control en Ad Sociaal werk in duaal heeft De Haagse Hogeschool geen verwante Ad-opleidingen in voltijd en duaal in haar eigen portfolio, waarbinnen de aangevraagde varianten van de Ad E-commerce vormgegeven kunnen worden. Er worden dan ook geen mogelijkheden gezien in de vorm van een nieuwe track/afstudeerrichting of curriculumwijziging van een bestaande opleiding binnen het eigen opleidingsaanbod.

Landelijk gezien is er op dit moment alleen aanbod van sterk verwante Ad-opleidingen buiten het directe verzorgingsgebied van De Haagse Hogeschool (HU Amersfoort, Windesheim Zwolle en Saxion Deventer/Enschede). De concurrentie van (enigszins) verwante opleidingen bevindt zich weliswaar aan de grenzen van ons verzorgingsgebied (HU en HR), maar hier is sprake van duidelijk andere opleidingen als Sales- en accountmanagement, Ondernemen en Management met een andere inhoudelijke focus (zie hoofdstuk 7). Met alle relevante partijen is afstemming geweest, waarbij afspraken zijn gemaakt over samenwerking (zie hoofdstuk 11). Gezien het sterk regionale karakter van Ad's, de constatering dat Ad studenten dicht bij huis blijven en de huidige beperkte landelijke spreiding van het bestaande (sterk) verwante aanbod, kunnen we concluderen dat er geen negatief effect wordt verwacht op dit aanbod. Sterker nog, de landelijke spreiding zal hiermee worden

²¹ Zie Bijlage 6: Rapportage werkgeversonderzoek Ad E-Commerce, Panteia, september 2023. P. 15.

verbeterd, wat relevant is voor het voldoen aan de arbeidsmarktbehoefte in het verzorgingsgebied van De Haagse Hogeschool.

8. Aansluiting instellingsprofiel

De keuzes in het strategische onderwijsportfolio van De Haagse sluiten aan bij de ambities van ons Instellingsplan 2023-2028. Op het gebied van assortiment richten we ons op het uitbouwen van het LLO-aanbod, met in het bijzonder Ad-opleidingen. Ad-onderwijs is sterk regionaal georiënteerd, en als Hogeschool willen wij inspelen op deze vraag vanuit zowel het werkveld, onze onderwijspartners en studenten. Met deze aanvraag werken wij met de voltijd- en duale variant van de Ad E-commerce door aan verdere uitbreiding van het Ad portfolio binnen de Hogeschool. De duale variant draagt daarbij ook specifiek bij aan LLO, in een aanvullende propositie van een werken-leren traject naast de bestaande deeltijdvariant.

Het onderwijs en onderzoek van De Haagse richt zich onder andere op de impact van de sociale en technologische verandering. Studenten ontwikkelen bij ons de flexibiliteit en het aanpassingsvermogen om hier goed mee om te gaan. In lijn met het nieuwe Instellingsplan 2023-2028 van De Haagse Hogeschool, dat zich onder andere richt op de digitale toekomst, geeft de Ad E-commerce, met een nadrukkelijke focus op de volledige bedrijfsvoering binnen de e-tail, invulling en richting aan dit maatschappelijke vraagstuk. Inhoudelijk wordt er zo een brug geslagen tussen het economisch domein en techniek/ICT. Het kenniscentrum Digital Operations & Finance met o.a. de lectoraten Platformeconomie en Purposeful Marketing versterkt dit. Tevens sluit dit nauw aan bij de speerpunten in het recente HEO sectorplan voor de ontwikkeling van het economisch domein, met specifieke aandacht voor technologisch burgerschap en cross-overs tussen sectoren.

9. RIO- en ISCED-indeling

CROHO 80162: Ad E-commerce.

10. Afstemming

Bij het schrijven van deze aanvraag is er met verschillende Hogescholen in Nederland en op verschillende niveaus in de organisatie contact en afstemming geweest over het plan om te gaan starten met een voltijd- en duale variant van de bestaande Ad E-commerce. Dit betreft in het bijzonder Hogescholen die al een Ad E-commerce aanbieden (Windesheim, HU) en daarnaast de Hogescholen die aangekondigd hebben een vergelijkbare opleiding te willen starten (InHolland, Hogeschool van Amsterdam). Ook is er vanwege de goede samenwerking afstemming geweest met onze partners ROC Mondriaan en mboRijnland in ons werkgebied, aangezien zij een duidelijke doorstroombehoefte zien²².

- **Afstemming met andere Hogescholen**

Samenvattend kunnen we stellen dat we met de verschillende Hogescholen hebben geconcludeerd dat onze nieuwe voltijd- en duale Ad niet tot concurrentie in het werkgebied leidt. De bestaande opleidingen van Windesheim (locatie Zwolle), Hogeschool Utrecht (locatie Amersfoort) en de nieuwe opleidingen van de Hogeschool van Amsterdam en Hogeschool Rotterdam zijn geënt op een ander landelijk bachelorprofiel, hebben een andere inhoudelijke profilering en werken met andere mbo's samen. In het contact met de verschillende Hogescholen is de steun voor elkaars voornemen tot het starten van de nieuwe opleiding uitgesproken.

- **Afstemming met de Hogeschool van Amsterdam**

Op basis van de afstemming is er wederzijds geconcludeerd dat de aanvragen elkaar versterken en dat er in beide regio's voldoende arbeidsmarktbehoefte en ruimte voor doorstroom vanuit het mbo zit. Ook zijn er afspraken gemaakt voor verdere samenwerking²³. Dit wordt versterkt door de al bestaande samenwerking op het gebied van onderzoek vanuit het lectoraat Platformeconomie.

- **Afstemming met Windesheim (locatie Zwolle)**

Met Windesheim (locatie Zwolle) wordt er verder invulling gegeven aan de samenwerking op het gebied van het Ad E-commerce beroepsprofiel en de inhoud van de opleidingen. Er zit geen concurrentie in het werkgebied.

²² Zie Bijlage 10: Afstemming met andere Hogescholen en MBO. P. 1-2.

²³ Zie Bijlage 11: Gespreksverslag afstemming HHS-HvA 22 januari 2024.

- **Afstemming met Hogeschool Utrecht (locatie Amersfoort)**

De samenwerking wordt verder versterkt door gezamenlijk overleg van de betrokken Opleidingsmanagers. Hierin wordt ook verkend of er kan worden toegewerkt naar een landelijk opleidingsprofiel voor de Ad E-commerce.

- **Samenwerking met mbo-partners in de regio**

Binnen het economisch domein is er een brede samenwerking met de mbo-partners in de regio, specifiek ook op het thema ondernemerschap en retail. Deze samenwerking met mboRijnland en ROC Mondriaan sluit aan bij de ambities van de Human Capital Agenda van de provincie Zuid Holland²⁴ en beoogt de impact in de regio te vergroten en wordt politiek-bestuurlijk ondersteund vanuit provincie en gemeenten. Dit betreft onder andere de kracht van samenwerking op onderzoek, de valorisatie van kennis, en het ondersteunen van de arbeidsmarktbehoefte door het aanbieden van relevante opleidingen voor zowel (zij-)instromers als doorstromers. Vanuit deze samenwerking is door de mbo-partners duidelijk aangegeven dat er behoefte is aan doorstroommogelijkheden voor hun studenten richting het Hoger Onderwijs, die goed aansluiten op de door hen (nieuw) aangeboden opleidingen²⁵. Zo ook op het vakgebied E-commerce. Bij de doorontwikkeling van de opleidingen zal steeds verder vormgegeven worden aan deze doorlopende lijn. Onze mbo-partners in de regio hebben hun steun ook vastgelegd²⁶:

²⁴ Zie Bijlage 12: Human Capital Agenda Zuid Holland 2022. P. 3.

²⁵ Zie Bijlage 5: Gespreksverslagen mbo-partners 2023. P. 1-2.

²⁶ Zie Bijlage 13: Steunbetuigingen mboRijnland en ROC Mondriaan.

Overzicht van de bijlagen

Bronnen t.b.v. deze aanvraag

- Bijlage 1: Opzet en inhoud van de opleiding
- Bijlage 2: Inspectie van het Onderwijs (2022). Associate degree-opleidingen 2017-2021-factsheet juni 2022
- Bijlage 3: LOP ORM 2018
- Bijlage 4a-4b-4c: Instroom MBO E-commerce manager mboRijnland 2021-2023
- Bijlage 5: Gespreksverslag mbo-partners 2023
- Bijlage 6: Panteia (2023). Rapportage werkgeversonderzoek Ad E-Commerce
- Bijlage 7: ROA gegevens
- Bijlage 8: Panteia (2023). Vacature-analyse Ad E-Commerce
- Bijlage 9: Concurrentieanalyse Ad E-commerce
- Bijlage 10: Afstemming met andere Hogescholen en MBO
- Bijlage 11: Gespreksverslag afstemming HHS-HvA
- Bijlage 12: Provincie Zuid Holland (2022). Human capital agenda
- Bijlage 13: Steunbetuigingen mboRijnland en ROC Mondriaan