



NVAO • NEDERLAND

# TOETS NIEUWE OPLEIDING

ASSOCIATE DEGREE

AD ONLINE CONTENTCREATOR

Hanzehogeschool Groningen

ADVIESRAPPORT

18 NOVEMBER 2024

## Inhoud

1	Procedure NVAO .....	3
2	Nieuwe opleiding .....	4
	2.1 Algemene gegevens .....	4
	2.2 Profiel .....	4
	2.3 Panel.....	4
3	Oordeel .....	5
4	Sterke punten.....	6
5	Aanbevelingen .....	7
6	Beoordeling.....	8
	6.1 Standaard 1: Beoogde leerresultaten .....	8
	6.2 Standaard 2: Onderwijsleeromgeving.....	10
	6.3 Standaard 3: Toetsing .....	13
	6.4 Graad.....	15

## 1 Procedure NVAO

Het succesvol doorlopen van een procedure toets nieuwe opleiding (TNO) is een voorwaarde voor erkenning door de Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie (NVAO). Pas na deze kwaliteitstoets kan de instelling de bij de opleiding behorende wettelijk beschermde getuigschriften of diploma's afgeven.

De procedure voor een nieuwe opleiding is iets anders dan voor bestaande opleidingen die al zijn geaccrediteerd. Een TNO is een *plan*beoordeling. Na accreditatie valt ook de nieuwe opleiding onder de reguliere accreditatieprocedure.

Een NVAO-panel van deskundigen toetst de kwaliteit van de nieuwe opleiding tijdens een locatiebezoek aan de universiteit of hogeschool. Een discussie tussen *peers* vormt de basis van de beoordeling en resulteert in een adviesrapport. Informatie over de invulling van het locatiebezoek en een overzicht van het bestudeerde materiaal zijn opvraagbaar bij de NVAO.

De beoordeling is gebaseerd op de standaarden zoals beschreven in het Beoordelingskader voor de beperkte toets nieuwe opleiding van de NVAO (Stcrt. 2019, nr. 3198). Over de standaarden geeft het panel een gemotiveerd oordeel op een driepuntsschaal: voldoet, voldoet ten dele of voldoet niet. Vervolgens geeft het panel een gemotiveerd eindoordeel over de kwaliteit van de opleiding, ook op een driepuntsschaal: positief, positief onder voorwaarden, of negatief.

Dit adviesrapport bevat de bevindingen, overwegingen en oordelen van het panel alsook de sterke punten en aanbevelingen. Op basis van dit rapport neemt de NVAO een accreditatiebesluit. Een beknopt adviesrapport is eveneens beschikbaar. De NVAO publiceert beide rapporten.<sup>1</sup>

Meer informatie over de NVAO-werkwijze en de (tijdelijke) TNO-procedure is te vinden op [www.nvao.net](http://www.nvao.net).

---

<sup>1</sup> <https://www.nvao.net/nl/besluiten>

## 2 Nieuwe opleiding

### 2.1 Algemene gegevens

<b>Instelling</b>	Hanzehogeschool Groningen
<b>Opleiding</b>	Associate Degree Ad Online Contentcreator
<b>Varianten</b>	Voltijd: Ja. Deeltijd: Nee. Duaal: Nee.
<b>Graad</b>	Associate Degree
<b>Afstudeerrichtingen</b>	n.v.t.
<b>Locaties</b>	Groningen
<b>Studieomvang</b>	120 EC <sup>2</sup>

### 2.2 Profiel

De Ad Online Contentcreator leidt junior professionals op die vaardig zijn in het ontwikkelen van content, een creatief concept, contentadvies en contentplanning. De studenten worden niet alleen opgeleid in meer traditionele vormen van contentontwikkeling, maar leren ook technologische ontwikkelingen op basis van AI in te zetten bij contentcreatie. Dat stelt ze in staat om bijvoorbeeld aan de hand van data gepersonaliseerde, effectieve en actuele content te creëren.

De Ad Online Contentcreator is een tweejarige voltijd opleiding, verdeeld in vier blokken van 30 EC elk. De opleiding is ontwikkeld in nauwe samenspraak met het werkveld; de studenten werken vanaf het begin aan opdrachten vanuit de praktijk. Afgestudeerden kunnen aan de slag bij onder meer marketingbureaus, reclamebureaus, webshops, mediabedrijven en communicatieafdelingen of als freelancer. Daarnaast kunnen afgestudeerden eenvoudig doorstromen naar bijvoorbeeld de bacheloropleidingen Communicatie & Multimedia Design en Commerciële Economie.

### 2.3 Panel

#### Samenstelling

- Drs. Jan van den Hoff (*voorzitter*), freelance auditor HBO opleidingen;
- Bob Götte Med MSc, onderwijskundig adviseur, Hogeschool Inholland;
- Rens Muller, redactiechef De Gooi- en Eemlander bij Mediahuis Nederland en eigenaar van Rens Muller Publishing;
- Luke Govers BSc (*student-lid*), hbo-bachelor Technische Bedrijfskunde bij Avans Hogeschool

#### Ondersteuning

- Erik van der Spek (secretaris)
- Nancy Van San (NVAO beleidsmedewerker en procescoördinator)

#### Locatiebezoek

14 oktober 2024, Hanzehogeschool Groningen

---

<sup>2</sup> European Credits

<sup>3</sup> Centraal Register Opleidingen Hoger Onderwijs

### 3 Oordeel

Het NVAO-panel oordeelt *positief* over de kwaliteit van Ad Online Contentcreator van de Hanzehogeschool Groningen. De opleiding voldoet aan de drie standaarden van het NVAO-kader voor de beperkte toetsing.

De Ad Online Contentcreator leidt junior communicatieprofessionals op die in staat zijn content te ontwikkelen, een creatief concept te maken of contentadvies te geven. Daarbij leren ze gebruik te maken van de mogelijkheden van designtools en AI, zodat ze in staat zijn om gepersonaliseerde, effectieve en actuele content te creëren. Het panel heeft gezien dat het beroeps- en opleidingsprofiel goed aansluit bij de vraag van het werkveld, dat nauw betrokken is geweest bij de ontwikkeling van de opleiding. Daarnaast valt op dat de ontwikkelaars en docenten goed inspelen op de behoefte van de doelgroep, waardoor de opleiding met name ook geschikt is voor studenten met een mbo-achtergrond. Het programma is heel praktijkgericht, de studenten werken vanaf de eerste module met opdrachten vanuit de praktijk.

Het panel herkent een aantal sterke punten in de nieuwe Ad-opleiding. Dat zijn ten eerste de sterke betrokkenheid van het werkveld en een goede kennis van de doelgroep, zoals hierboven is aangegeven. Daarnaast is het panel positief over de docenten, die allen naast hun onderwijstaak werkzaam zijn in de beroepspraktijk of werkzaam zijn geweest. De opleiding volgt de actuele ontwikkelingen in het werkveld en heeft daarnaast maatregelen genomen om de kennis van de docenten ook op langere termijn actueel te houden. Tot slot noemen we ook de sterke betrokkenheid van alle commissies: examencommissie, toetscommissie, opleidingscommissie en afstudeercommissie.

Daarnaast heeft het panel een aantal aanbevelingen gedaan waarmee de opleiding zichzelf verder kan ontwikkelen. Zo adviseert het panel om goed te bewaken dat ethische overwegingen en dilemma's rondom de toepassing van AI voldoende aandacht krijgen in het onderwijsprogramma. Verder vindt het panel het belangrijk dat naast AI ook de meer 'traditionele' vakken, zoals copywriting, journalistiek en storytelling, voldoende diepgang krijgen en ruimte krijgen om in te slijten. Tot slot adviseert het panel om de eindbeoordeling van de modules duidelijker op te schrijven, zodat de studenten goed begrijpen hoe ze beoordeeld worden en wat daarvan de consequenties zijn. Het panel heeft er vertrouwen in dat de opleiding een goede opvolging aan deze aanbevelingen kan geven.

Standaard	Oordeel
1. Beoogde leerresultaten	Voldoet
2. Onderwijsleeromgeving	Voldoet
3. Toetsing	Voldoet
4. Gerealiseerde leerresultaten	Niet van toepassing
<i>Eindoordeel</i>	<i>positief</i>

## 4 Sterke punten

Het panel constateert de onderstaande sterke punten:

1. **Samenwerking werkveld:** de nieuwe Ad-opleiding heeft nauw samengewerkt met het werkveld (en het mbo) bij de totstandkoming van de opleiding en sluit goed aan bij relevante regionale ontwikkelingen. Ook bij de uitvoering van de opleiding blijft het werkveld actief betrokken.
2. **Afstemming op de doelgroep:** het didactisch concept en onderwijsmodel zijn goed afgestemd op de doelgroep en geven blijk van een goed besef van de manier waarop met name mbo'ers leren. De opleiding is zich daarnaast bewust van de problemen die eerste-generatiestudenten kunnen ervaren.
3. **Sterk docentencorps:** de meeste docenten zijn tevens werkzaam in de beroepspraktijk. Daarnaast is er veel aandacht om ook de kennis van de docenten actueel te houden, onder meer met behulp van werkveldstages van 100 uur.
4. **Betrokkenheid commissies:** alle relevante commissies (examencommissie, toetscommissie, opleidingscommissie en afstudeercommissie) zijn nauw betrokken bij de totstandkoming van de opleiding. Een *best practice* is dat de examencommissie eindwerken van andere Ad-opleidingen heeft opgevraagd.

## 5 Aanbevelingen

Met het oog op de verdere ontwikkeling van de opleiding doet het panel een aantal aanbevelingen. Deze aanbevelingen doen geen afbreuk aan het positieve oordeel over de kwaliteit van de opleiding.

1. **Plaats ethiek:** bewaak de plaats van ethische overwegingen en dilemma's rondom de toepassing van AI, bijvoorbeeld door dit thema op te nemen in de beoogde leerresultaten of in de opdrachten.
2. **Voldoende diepgang:** zorg dat de 'traditionele' vakken zoals copywriting, journalistiek en storytelling voldoende diepgang hebben. Luister daarbij ook naar het werkveld, dat het belangrijk vindt dat afgestudeerden hun keuzes goed kunnen onderbouwen.
3. **Verduidelijk de beoordeling:** verduidelijk de manier waarop studenten aan het slot van een module beoordeeld worden. Het is belangrijk dat de studenten goed begrijpen hoe ze beoordeeld worden en wat daarvan de consequenties zijn.
4. **Kansengelijkheid:** kijk in het kader van kansengelijkheid en de opdracht van de Ad-opleidingen ook naar cognitieve diversiteit. In dat kader acht het panel is de cum laude-regeling minder wenselijk.

## 6 Beoordeling

### 6.1 Standaard 1: Beoogde leerresultaten

*De beoogde leerresultaten passen bij het niveau en de oriëntatie van de opleiding en zijn afgestemd op de verwachtingen van het beroepenveld en het vakgebied en op internationale eisen.*

#### Oordeel

Voldoet.

#### Bevindingen en overwegingen

De nieuwe Ad Online Contentcreator sluit volgens het informatiedossier aan bij ontwikkelingen binnen het werkveld. Binnen het werkveld is er steeds meer vraag naar medewerkers die in staat zijn om effectieve content te ontwikkelen en weten hoe ze daarbij slimme technologie (AI) kunnen inzetten. Creatieve bedrijven maken zelf ook al in toenemende mate gebruik van AI voor ondersteuning bij contentcreatie en data-analyse.

Omdat er nog geen landelijk opleidingsprofiel is, hebben de ontwikkelaars van de opleiding zelf een profiel ontwikkeld voor de Ad Online Contentcreator. Daarbij hebben ze gebruik gemaakt van marktonderzoek, bureauonderzoek en de inbreng van het werkveld en mbo-instellingen. Ook het opleidingsprofiel van de hbo-opleidingen Communicatie is een belangrijke bron geweest. Hieronder is de essentie van dit profiel weergegeven:

<p>De afgestudeerde <b>Online Contentcreator</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• maakt vanuit een bestaande <b>strategie en creatief concept</b> een <b>contentadvies</b> en <b>contentplanning</b></li><li>• ontwikkelt zelf <b>gepersonaliseerde content</b></li><li>• stelt vast: 'wat wil ik bereiken met deze content'</li><li>• <b>verplaatst</b> zich in een doelgroep</li><li>• heeft (basis)kennis van <b>(online) marketing</b></li><li>• <b>test</b> doorlopend (nieuwe) <b>tooling</b> en <b>blijft op de hoogte</b> van ontwikkelingen op dit gebied.</li></ul>	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

Onderscheidende kenmerken van deze opleiding zijn volgens de ontwikkelaars de sterke focus op (AI-) technologie, de aandacht voor de persoonlijke en professionele ontwikkeling van de studenten en de samenwerking met het regionale werkveld. Het panel heeft vastgesteld dat de samenwerking met het werkveld en de regionale ROC's hecht is. Het werkveld is in verschillende verbanden en sessies betrokken geweest bij de ontwikkeling van het beroeps- en opleidingsprofiel, de beoogde leerresultaten en het curriculum. Ook bij de uitvoering van de opleiding zal het werkveld een rol spelen.

In het informatiedossier is veel aandacht voor de rol die AI speelt bij het ontwikkelen van content; de opleiding geeft aan dat veel media- en communicatiebedrijven gebruik maken van AI en dat deze bedrijven behoefte hebben aan medewerkers die AI begrijpen en kunnen toepassen. Daarom heeft het panel met verschillende groepen betrokkenen gesproken over hun visie op AI en de plaats ervan binnen de beoogde opleiding. Uit deze gesprekken is gebleken dat de opleiding AI nadrukkelijk als een

middel ziet – weliswaar een belangrijk middel dat in veel vakken aan de orde komt, maar toch een middel. De opleiding spreekt in dit verband over ‘augmented AI’ en over de relatie mens-AI-mens, waarbij het erom gaat welke bijdrage AI kan leveren aan menselijke werkprocessen en doelstellingen. Studenten moeten, in de woorden van de opleiding, aan het roer staan en het gebruik van AI-tools kunnen onderbouwen en verantwoorden. Het panel kan zich vinden in deze benadering.

Omdat dit de eerste Ad-opleiding van het Instituut voor Communicatie, Media en IT is, heeft het panel daarnaast met de ontwikkelaars gesproken op hun visie op het Ad-niveau. De Ad-opleiding Online Contentcreator bevindt zich op NLQF/EQF niveau 5, waarbij de Ad’er opereert op tactisch niveau, tussen het strategisch niveau van de hbo-bachelor en het operationele niveau van de mbo’er. Het is het panel gebleken dat de ontwikkelaars en beoogde docenten een goed beeld hebben van de potentiële studenten: de verwachte instroom zal waarschijnlijk voor ongeveer 70% bestaan uit mbo’ers, bijvoorbeeld afgestudeerden van de mbo Marketingcommunicatie. Mede door de samenwerking met de regionale ROC’s hebben de betrokken docenten een goed inzicht in bijvoorbeeld de leerstrategieën van deze doelgroep; die strategieën komen ook terug in het didactisch concept (zie standaard 2).

De beroepscompetenties van de nieuwe Ad zijn gebaseerd op het Landelijk Opleidingsprofiel Communicatie, dat is opgesteld door het Landelijk Overleg Communicatie Opleidingen (LOCO). Deze werkwijze is ook gehanteerd door de opleidingen Ad Contentcreator bij andere instellingen. Deze competenties zijn op hun beurt omgezet in de beoogde leerresultaten. De opleiding heeft leerresultaten geformuleerd rondom vijf thema’s (kerntaken in de woorden van de opleiding):

1. Analyse & Doelgroep
2. Planning en Organisatie
3. Creatie en Publicatie
4. Evaluatie & Optimalisatie
5. Persoonlijke en professionele ontwikkeling

Als voorbeeld is hieronder het eerste beoogde leerresultaat opgenomen, voor Analyse & Doelgroep:

Je begrijpt het contentvraagstuk en brengt de organisatie, de doelgroep en relevante ontwikkelingen in de markt in kaart. Je maakt hierbij gebruik van aangereikte modellen, theorieën en technieken en zorgt voor betrouwbare informatie. Deze informatie vertaal je naar passende ontwerpcriteria voor verwerking in beroepsmatige context.

Het panel is van mening dat de beoogde leerresultaten helder zijn geformuleerd en voldoende aansluiten bij het Ad-niveau. Wel signaleert het panel één omissie in deze leerresultaten: de rol van ethiek en ethische dilemma’s bij de toepassing van AI wordt hierin niet benoemd. Vertegenwoordigers van de opleiding hebben aangegeven dat ethiek op veel momenten aan de orde komt, vooral in het onderwijs dat gericht is op persoonlijke en professionele ontwikkeling (PPO). Het panel heeft hierop zich voldoende vertrouwen in, maar hecht eraan dat de plaats van ethiek in relatie tot AI-toepassingen wordt geborgd in de opleiding. Dat kan door ethiek een plaats te geven in de beoogde leerresultaten.

Samenvattend is het panel van oordeel dat de nieuwe Ad voldoet aan de eisen van standaard 1. Het beroeps- en opleidingsprofiel en de beoogde leerresultaten vormen een goede basis voor de nieuwe opleiding, waarbij het panel wel adviseert om de plaats van ethiek rondom AI beter te borgen. De nauwe samenwerking met het werkveld en het mbo bij de totstandkoming van de opleiding vormen een sterk punt. De bekendheid met mbo-studenten geeft het panel vertrouwen dat de opleiding het Ad-niveau goed zal kunnen invullen en bewaken.

## 6.2 Standaard 2: Onderwijsleeromgeving

*Het programma, de onderwijsleeromgeving en de kwaliteit van het docententeam maken het voor de instromende studenten mogelijk de beoogde leerresultaten te realiseren.*

### Oordeel

Voldoet.

### Bevindingen en overwegingen

De Ad Online Contentcreator sluit aan bij de onderwijsvisie van de Hanzehogeschool. In aanvulling daarop vormen de studenten, docenten en werkveld een leergemeenschap waarin kennis, professionele vaardigheden en ervaringen worden uitgewisseld. Daarbij werken de studenten tijdens de gehele opleiding aan (praktijk)opdrachten en is er veel aandacht voor de ontwikkeling van hun professionele identiteit.

Meer concreet is het onderwijs opgebouwd in semesters van 30 EC, met daarin steeds blokken van twee weken (de zogenoemde tweeks). Elke tweek start met de intake van opdrachten, waarin het werkveld een prominente rol heeft. De tweek eindigt met een roll-out, veelal met publicatie van bijvoorbeeld een artikel of filmfragment. Halverwege het semester is een periode van drie weken ingepland (de challenge weeks) waarin studenten projecten kunnen uitvoeren, maar die ze ook kunnen gebruiken voor reparatie van opdrachten uit eerdere tweeks. Door deze aanpak is er nadrukkelijk ook ruimte voor fouten. Het panel kan zich vinden in deze aanpak.

Het panel heeft uitgebreid met de verschillende groepen betrokkenen gesproken over het didactisch model, en in het bijzonder over de manier waarop dit aansluit bij de doelgroep. De opleiding is toegankelijk voor studenten met een vwo-, havo- of mbo4-diploma, de verwachting is dat ongeveer 70% zal bestaan uit mbo4-studenten. Daarom is gekozen voor een didactisch concept waarin de leerstrategieën van deze doelgroep veel aandacht krijgen; dat komt onder meer tot uiting in de praktische oriëntatie, de uitgebreide onboarding (waarbij de eerste 100 dagen veel aandacht krijgen) en de intensieve begeleiding. Het panel is van mening dat dit didactisch concept een van de sterke punten van de opleiding vormt.

Intensieve samenwerking met het regionale werkveld is een speerpunt van de Hanzehogeschool, dat concreet gestalte krijgt in innovatiewerkplaatsen waar werkveld, onderzoek en onderwijs samenkomen. Bij de Ad Online Contentcreator verloopt deze samenwerking met name via de zogenoemde Projectenhub. Hierin komen de projecten vanuit het werkveld samen en vandaar worden ze ook weer uitgezet. Daarbij streeft de Hanze naar een strategische meerjarige samenwerking.

### Curriculum

De Ad Online Contentcreator omvat 120 EC, verdeeld over vier semesters van 30 studiepunten elk. De complexiteit van de leerstof en de zelfstandigheid van de student nemen toe naarmate de student vordert; de opleiding start op niveau A (lage complexiteit en lage zelfstandigheid) en werkt toe naar niveau C (gemiddelde complexiteit en gemiddelde zelfstandigheid). Het curriculum bestaat uit de volgende vier modules:

Module 1: Het vak & De doelgroep	Module 2: Het kanaal & Optimaal creëren
Module 3: Specialisatie	Module 4: De contentcreator

In de eerste twee modules leren de studenten de basis van het beroep Online Contentcreator. In de derde module kunnen ze in de specialisatie hun kennis en vaardigheden op een bepaald gebied (bijvoorbeeld film) verdiepen, in het vierde semester studeren ze af. Een voorbeeld van de inhoud: in de eerste module volgen de studenten na een inleiding drie 'tweeks' over de thema's basis,

beeldvorming en structuur, gevolgd door drie challenge weeks, daarna volgen er weer drie tweeks over de thema's concept, storytelling en creatie, opnieuw gevolgd door twee challenge weeks.

Het panel heeft kennisgenomen van de modulehandleidingen van het eerste jaar. Het panel is van mening dat de leereenheden goed aansluiten bij de beoogde leerresultaten en dat de inhoud van de modules passend is voor een Ad-opleiding Online Contentcreator. Wel adviseert het panel om goed te bewaken dat meer 'traditionele' vakken zoals copywriting, journalistiek en storytelling voldoende diepgang krijgen. Dat sluit ook aan op de behoefte van het vakgebied, die vraagt om vakmensen die hun keuzes goed kunnen onderbouwen. Verder vindt het panel het belangrijk dat de inhoud van de opleiding regelmatig geactualiseerd wordt; het panel heeft begrepen dat dit voor de opleiding zelf ook een speerpunt is.

Het panel heeft vernomen dat bij het onderwijs twee soorten opdrachten worden gebruikt. Portfolio-opdrachten zijn standaard-opdrachten die de studenten sowieso moeten maken, bijvoorbeeld een interview houden met een professional uit het vak. In deze opdrachten, die gekoppeld zijn aan de vijf centrale competenties, kan de opleiding een aantal vaste kenniselementen verwerken. Daarnaast voeren de studenten opdrachten uit voor werkgevers, waarbij elke opdracht uniek is. Daarmee leren de studenten onder meer hoe ze moeten communiceren met de opdrachtgever en kunnen ze zich specialiseren in bepaalde rollen. Het panel is van mening dat deze combinatie van twee soorten opdrachten goed aansluit bij het praktijkgerichte karakter van de opleiding.

Het onderwijs wordt verder gestructureerd aan de hand van drie leerlijnen: Medialab, Makerspace en Professionele Identiteit. De leerlijn Medialab stelt de studenten in staat om alle kennis te verwerven die nodig is om doeltreffende content te maken. In de leerlijn Makerspace kan de student zijn of haar vaardigheden in de praktijk brengen, waarbij projecten van de werkveldpartners vaak het uitgangspunt vormen. Binnen de leerlijn Professionele Identiteit gaat het vooral om het ontwikkelen van een ondernemende en onderzoekende houding, samenwerkend vermogen en zelfbewustzijn als basis van de professionele identiteit van de student. Het panel is van mening dat deze drie leerlijnen structuur geven aan de opleiding.

In de vierde module studeren de studenten af. Ze gaan stage lopen bij een van de werkgevers die door de Projectenhub wordt gescreend. De afstudeercommissie bepaalt of een project geschikt is en goed begeleid kan worden. Dan gaat de student aan de slag, één keer per twee weken is er een terugkomdag, dan wordt de feedback besproken en schrijft de student in een actieplan wat hij daarmee gaat doen. Het gehele traject duurt een halfjaar, aan het einde levert de student een portfolio in die wordt getoetst. Daarnaast levert de student ook een ontwikkelportfolio aan die over de gehele twee jaar wordt opgebouwd, inclusief de feedback. De assessoren betrekken beide portfolio's in de beoordeling.

Tot slot nog een opmerkingen over de naam van de opleiding. De Ad-opleiding wordt in het Nederlands aangeboden aan overwegend Nederlandse studenten. Toch heeft de opleiding gekozen voor een Engelse naam: Online Contentcreator. Volgens het informatiedossier sluit die naam goed aan bij de inhoud van de opleiding en de terminologie binnen het werkveld; ook werkgevers hebben hun voorkeur voor deze naam uitgesproken. Bovendien zijn er twee hbo-instellingen die al een Ad-opleiding met deze naam aanbieden. Het panel kan zich vinden in de onderbouwing van de Engelstalige naam van de opleiding.

### **Docenten**

De docenten zijn werkzaam bij het Instituut voor Communicatie, Media & IT. Voor de opleiding is een kernteam van zes docenten samengesteld, waarmee alle relevante kennisdomeinen van de nieuwe Ad zijn afgedekt. De docenten zijn tevens werkzaam bij de bachelor Communicatie en/of de bachelor

Communicatie & Multimedia Design. In totaal gaat de opleiding uit van een bezetting van 4 fte op het moment dat beide jaren van de opleiding draaien. Het panel heeft inzage gehad in de cv's van de betrokken docenten en heeft kennisgemaakt met een aantal van hen. Het panel is van mening dat de opleiding beschikt over een enthousiast en deskundig team dat goed in staat is de beoogde opleiding te verzorgen.

De betrokken docenten zijn allen ook werkzaam (geweest) in het werkveld. Sommige docenten hebben een bureau en werken één dag in de week bij de Hanzehogeschool als docent, anderen werken drie dagen bij de hogeschool en zijn daarnaast actief als filmmaker of contentschrijver. Daarnaast worden gastdocenten uit het werkveld gevraagd om specifieke onderdelen te verzorgen. De nauwe band tussen werkveld en hogeschool draagt eraan bij dat de docenten goed op de hoogte zijn van actuele ontwikkelingen. Daarnaast kunnen de docenten ook werkveldstages lopen van 100 uur om zich verder te verdiepen in nieuwe AI-ontwikkelingen. Het panel is van mening dat de actualisering van de Ad-opleiding op deze manier voldoende aandacht krijgt.

### **Begeleiding**

De Hanzehogeschool en ook de nieuwe Ad-opleiding doen veel moeite om studenten zich vanaf het begin thuis te laten voelen. Zoals aangegeven is daarbij veel aandacht voor studenten met een mbo-achtergrond en eerste-generatiestudenten. De opleiding sluit daarmee aan bij een convenant tussen mbo- en hbo-instellingen in Noord-Nederland op het gebied van studiekeuzebegeleiding, inhoudelijke voorbereiding, toelating en evaluatie. Om de doorstroom soepel te laten verlopen zijn er specifieke programma's in het leven geroepen, zoals *De eerste 100 dagen*. Door een soepele onboarding en veel individuele aandacht streeft de opleiding ernaar om de uitval zo veel mogelijk te beperken. Ook de ruimte die er in het programma is ingebouwd voor reparatie en recuperatie draagt hieraan bij.

De reguliere begeleiding krijgt vooral gestalte in de PPO-leerlijn (persoonlijke en professionele ontwikkeling). Deze leerlijn komt elke les aan de orde, met name in de reflectie en de gesprekken. In principe zijn er altijd twee docenten aan één groep verbonden, wat het mogelijk maakt om in te spelen op individuele vragen, problemen en leerstrategieën. Elke twee weken is er met elke student een individueel gesprek, waarin wordt vastgesteld waar de student staat in zijn ontwikkeling, wat goed gaat en wat beter kan. De studenten houden hun eigen ontwikkeling bij in een elektronische leeromgeving/portfoliosysteem. Naar aanleiding van de feedback maken de studenten indien nodig een actieplan, waarvan de voortgang tweewekelijks wordt bijgehouden. Elke twee weken kalibreren de docenten met hun collega's. Het panel is van mening dat de begeleiding bij de opleiding goed is ingevuld en voldoende ruimte biedt voor maatwerk.

Tot slot heeft het panel vernomen dat de begeleiding gericht is op een toenemende zelfstandigheid bij de studenten. Daarbij ligt de nadruk op de ontwikkeling van communicatievaardigheden, van het overwinnen van telefoneerangst tot onderhandelen met een opdrachtgever. Het panel ziet deze ontwikkeling naar zelfstandigheid vooral terug in de afstudeerfase en adviseert de opleiding deze ontwikkeling ook in een eerdere fase in te zetten.

In het kader van de begeleiding heeft het panel ook met de vertegenwoordigers van de opleiding gesproken over hun beleid op het gebied van diversiteit en inclusie. Zowel de Hanzehogeschool als de opleiding zelf hebben daar beleid voor ontwikkeld, dat er onder meer op is gericht om de staf diverser te maken. Een ander thema, dat vooral bij de studenten een rol speelt, is cognitieve diversiteit: veel Ad-studenten hebben moeite met studeren, met 'leren leren' en de populatie bevat de nodige studenten met leerproblemen. Kansengelijkheid wordt bevorderd door de kleinschalige aanpak, de relatief grote rol voor de mentor en een goed landingsprogramma. Het panel is van mening dat de opleiding op de goede weg is, maar adviseert wel om de aandacht voor cognitieve diversiteit en kansengelijkheid hoog op de agenda te houden, mede in verband met de opdracht van het Ad-

onderwijs. Het panel verwijst daarbij ook naar het begrippenkader van 'The Growth Mindset', dat behulpzaam kan zijn bij het begeleiden van studenten met leerachterstanden.

Samenvattend is het panel positief over de onderwijsleeromgeving van de Ad Online Contentcreator. Sterke punten zijn het didactisch concept en het onderwijsmodel, die beide goed zijn afgestemd op de doelgroep. De opzet van het curriculum is sterk praktijkgericht, waarbij het panel wel adviseert om te bewaken dat communicatievakken voldoende diepgang krijgen. Het docentencorps en de wijze waarop de studenten begeleid worden, wekken vertrouwen. Daarmee voldoet de opleiding aan de eisen van standaard 2.

### 6.3 Standaard 3: Toetsing

*De opleiding beschikt over een adequaat system van toetsing.*

#### **Oordeel**

Voldoet

#### **Bevindingen en overwegingen**

Het toetsbeleid van de nieuwe Ad is vastgelegd in het document 'Toetsbeleid Instituut voor Communicatie, Media en IT' dat op zijn beurt voortbouwt op het toetsbeleid van de Hanzehogeschool. De toetsing vindt plaats aan de hand van praktijkopdrachten volgens de principes van *Assessment as Learning*. De kern daarvan is dat studenten vanaf het begin werken aan echte vraagstukken vanuit de praktijk. In de loop van de opleiding worden deze opdrachten complexer en neemt de zelfstandigheid van de studenten toe. Uiteindelijk worden de studenten beoordeeld aan de hand van de portfolio's die ze aan het einde van elke module inleveren. Bij een positieve beoordeling ontvangen de studenten de 30 studiepunten die bij een module horen. Ze krijgen geen cijfer, maar een indicatie per competentie (goed, voldoende of onvoldoende). Het panel is van mening dat deze wijze van toetsing goed aansluit bij het praktijkgerichte karakter van de nieuwe Ad-opleiding.

Naast de summatieve toetsing aan het einde van elk semester is er veel aandacht voor formatieve toetsing. Deze vindt in principe elke twee weken plaats, aan het einde van een tweewekelijkse periode (tweek). Hierbij krijgen de studenten feedback, die ze zo nodig verwerken in een actieplan. Het portfolio bevat ook een reflectieverslag waarin de student reflecteert op de eigen ontwikkeling.

Het panel heeft met vertegenwoordigers van de examen- en toetscommissie gesproken over hun visie op de portfoliotoetsing, waarbij eenheden van 30 studiepunten in één keer al dan niet worden toegekend. Deze vertegenwoordigers geven aan dat het belangrijk is dat de docentbeoordelingen transparant en valide zijn. Daarbij speelt kalibratie een belangrijke rol; bij die kalibratie zijn de EC-leden ook aanwezig. Een ander argument voor portfoliotoetsing is dat de studenten aan het einde van de rit beschikken over een mooie portfolio dat ze kunnen tonen aan het werkveld en waarmee ze zich kunnen profileren. Het panel kan zich vinden in deze uitleg.

Een aandachtspunt is de exacte gang van zaken bij de portfoliobeoordeling. Ondanks verschillende gesprekken hierover heeft het panel geen helder beeld gekregen van de wijze waarop de tweewekelijkse formatieve beoordelingen bijdragen aan en uitmonden in de summatieve beoordeling aan het einde van een module. Het panel adviseert daarom om de beschrijving van deze summatieve beoordeling te verduidelijken, met name omdat het belangrijk is dat de studenten goed begrijpen hoe ze beoordeeld kunnen worden en wat daarvan de consequenties kunnen zijn. Daarnaast adviseert het panel om de ervaringen met portfoliotoetsing te evalueren en na te gaan of het toevoegen van een CGI-onderdeel een meerwaarde zou kunnen hebben binnen de portfoliotoetsing.

Noch de examen- en toetscommissie, noch de docenten voorzien grote problemen in de omvang (30 EC) van de te toetsen eenheden. Zoals gezegd worden de studenten elke twee weken formatief getoetst en zijn er ook tijdens een module voldoende mogelijkheden om onderdelen te repareren of over te doen. Verder is uit de gesprekken gebleken dat de authenticiteit van de feedback op taken is geborgd in een volgsysteem; bovendien is wordt de studievoortgang zowel voor de student als voor de docenten gemonitord. Als een student moet herkansen, gaat het meestal om één of twee onderdelen, die in de meeste gevallen gerepareerd kunnen worden zonder studievertraging. Het panel is van mening dat de opleiding voldoende moeite doet om studievertraging te voorkomen.

### **Kwaliteitsborging**

De kwaliteit van de toetsing wordt deels geborgd door de gevolgde procedures, deels door de werkzaamheden van de examen- en toetscommissie. Ten eerste zijn de beoogde leeruitkomsten vertaald naar leeruitkomsten op ZelCom-niveau aan de hand van complexiteit en zelfstandigheid. Per leeruitkomst zijn de indicatoren voor de beoordeling geformuleerd, die terugkomen in de toetsmatrijs per semester. Bij het ontwikkelen van toetsen wordt het vierogenprincipe gehanteerd.

De toetskwaliteit wordt verder bewaakt door de instituutsbrede examen- en toetscommissie. Het panel heeft een gesprek gehad met vertegenwoordigers van beide commissies. Daaruit is gebleken dat deze commissies nauw betrokken zijn bij de ontwikkeling van de opleiding. De toetscommissie heeft op verzoek van de examencommissie onder meer de afstudeerprocedure en het toetsplan bekeken en hier feedback op gegeven. De betrokken partijen (naast de examen- en toetscommissie zijn dat ook de opleidingscommissie en de afstudeercommissie) hebben feedback op de toetsing gegeven, die door de opleiding is overgenomen. Zo is op advies van de toetscommissie het niveau 'uitstekend' in de beoordelingsrubric vervallen.

Het panel heeft vastgesteld dat de examen- en toetscommissie ook oog hebben voor de eigenheid van het Ad-niveau en de gevolgen ervan voor de toetsing. De commissies hebben gesprekken gevoerd met examencommissies, teamleiders en docenten van andere Ad-opleidingen binnen de Hanzehogeschool om deze eigenheid goed in kaart te brengen. Daarnaast zijn eindwerken van deze opleidingen opgevraagd om een beter beeld van het niveau te krijgen. Het panel is van mening dat de examen- en toetscommissie nauw betrokken zijn bij de nieuwe Ad-opleiding en een goede invulling aan hun taken hebben gegeven.

Het panel heeft ook gesproken met de examencommissie over de geplande maatregelen op het gebied van fraudebestrijding. Omdat de studenten geschoold worden in het gebruik van AI-tools, is er een reële mogelijkheid dat ze die tools ook gebruiken bij de opdrachten die ze inleveren. Uit het gesprek hierover blijkt dat de examencommissie dit risico beperkt acht, omdat de studenten gedurende de gehele periode gevolgd worden. Bovendien moeten de studenten in het portfolio kunnen uitleggen en verantwoorden wat zij gedaan hebben en welke tools daarbij zijn ingezet. Mocht er twijfel zijn aan de authenticiteit, dan hanteert de examencommissie het fraudeprotocol. In zo'n geval kan de commissie de student met docent uitnodigen om een toelichting te geven. Het panel kan zich vinden in deze aanpak.

Een laatste punt van discussie is het cum laude-beleid. Studenten kunnen bij minimaal een 8 als gemiddelde en geen cijfers lager dan een 7 in aanmerking komen voor een 'cum laude' bij het afstuderen; dit is een Hanze-brede regeling. Omdat de Ad Online Contentcreator niet met cijfers werkt maar met de kwalificaties onvoldoende, voldoende en goed, is het niet duidelijk wanneer een student in aanmerking zou komen voor een 'cum laude'. Bovendien is ontwikkelingsgericht leren in de visie van het panel moeilijk te rijmen met dit cum laude-beleid. Het panel adviseert de opleiding om nog eens goed na te gaan of de cum laude-regeling past bij de voorgenomen Ad-opleiding.

Samenvattend is het panel van mening dat de Ad Online Contentcreator voldoet aan de eisen van standaard 3. De opleiding beschikt over een gedegen toetsbeleid, dat aansluit bij de beoogde instroom en recht doet aan het karakter van een Ad-opleiding. Formatieve en summatieve toetsing zijn in evenwicht en de opleiding heeft veel moeite gedaan om transparantie en validiteit te borgen. Tot slot vormt de nauwe betrokkenheid van examen- en toetscommissie een sterk punt van de opleiding.

#### 6.4 Graad

Het panel adviseert om de volgende graad aan de opleiding toe te kennen: Associate Degree

Het adviesrapport is tot stand gekomen in opdracht van de NVAO  
met het oog op de beperkte toetsing van de nieuwe opleiding  
Ad Online Contentcreator van de Hanzehogeschool Groningen

Aanvraagnummer: AV-2675



Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie  
Accreditation Organisation of the Netherlands and Flanders

Parkstraat 83 • 2514 JG Den Haag  
P.O. Box 85498 • 2508 CD The Hague  
The Netherlands

T +31 (0)70 312 23 00  
E [info@nvao.net](mailto:info@nvao.net)  
[www.nvao.net](http://www.nvao.net)