

Toetsplan 2020-2021

**Opleiding Commerciële
Economie**

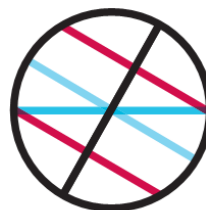
**Community Global
Marketing & Sales**

Auteurs:

C. Vrij & L. Daamen

GMS Platform

Versie: oktober 2021



BUSINESS SCHOOL

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inleiding	4
1. Toetsvisie Community GMS	6
1.1 <i>Toetsvisie GMS in relatie tot de CE toetsvisie</i>	6
1.2 <i>Relatie toetsvisie en opleidingsprofiel GMS</i>	7
2. Toetsprogramma en eindkwalificaties	12
2.1 <i>Competentiedekkingsmatrix</i>	10
2.2 <i>Toelichting op toetsprogramma</i>	12
2.3 <i>BoKS</i>	22
3. Afstudeerprogramma	24
4. Kwaliteitsborging toetsing	25
4.1 <i>Kwaliteitscriteria</i>	25
4.2 <i>Kwaliteit van uitvoering</i>	25
4.3 <i>Toets- en examencommissies</i>	25
4.4 <i>Bewaking eindniveau</i>	25
Bijlage 1 Curriculumtabellen met toetsvormen en legenda	26
Bijlage 2 Stroomschema's jaar 1 en 2	30
Bijlage 3 Afstuderen en skills	32

Voorwoord

Voor u ligt de geüpdatet versie van het toetsplan voor het collegejaar 2021-2022. Na een bewogen jaar achter de rug te hebben staat dit jaar voor GMS de doorontwikkeling van de toetsing binnen de opleiding op het programma.

In dit toetsplan wordt uiteengezet hoe GMS het CE-toetsbeleid vertaalt in een toetsprogramma. Daarnaast wordt in de inleiding stilgestaan bij de aandachtspunten waar dit studiejaar t.a.v. toetsing nadruk op wordt gelegd.

Dit heeft geresulteerd in een lijvig en rijk toetsplan, waarbij we hopen dat de ontwikkelaars van GMS geholpen zijn met het overzicht. Voor vragen kun je bij ons terecht!

Het GMS-Platform

Alice Vermeulen

Mike Hordijk

Paul van de Zee

Marlies de Vette

Miranda Cornelisse

Ashley van Iwaarden-Bouma

Lars Daamen (HD)

Caroline Vrij (OM)

Inleiding

De opleiding Commerciële Economie (CE) is onderdeel van het Instituut voor Commercieel Management. De opleiding Commerciële Economie is verdeeld in vier community's en de community Global Marketing & Sales (GMS) is een van die community's.

De opleiding Global Marketing & Sales leidt op tot commercieel economen die in midden- en grote bedrijven in een snel veranderende context zullen gaan werken. In het opleidingsprofiel van de community staat het profiel van GMS uitgebreid beschreven, evenals hoe de community zich tot de gehele opleiding CE verhoudt.

Door middel van een toetsplan maakt GMS duidelijk wat de visie van de community GMS is op toetsing en tot welke keuzes ten aanzien van toetsing dit concreet leidt.

Als geheel verantwoordt de community met het toetsplan dat zij met het toetsproces bijdraagt aan kwalificering voor de arbeidsmarkt, bevordering van studiesucces en borging van kwaliteit. Ook geeft het toetsplan (nieuwe) docenten inzicht in hoe de toetsing is opgebouwd inclusief de onderbouwde gemaakte keuzes die daaraan ten grondslag liggen.

Het toetsbeleid van Commerciële Economie is opgenomen in het Opleidingsprofiel CE (2019). Het gaat om Toetsvisie CE (§3.3), Toetsprogramma (§4.2) Kwaliteitszorg en regelgeving (§5.2) en Kwaliteitsborging toetsing (Bijlage 6). Ook verwijzen we naar het Community profiel GMS (2019). Hoofdstuk 4 van het community profiel geeft een uitgebreide beschrijving van het onderwijs- en toetsprogramma. In de Hogeschoolgids 2021-2022 staat de regelgeving ten aanzien van toetsing.

In de Osiris omschrijvingen staat beschreven hoe de toetsing per vak verder is uitgewerkt. En in de afstudeerhandleiding staat beschreven hoe het proces en de beoordeling van het afstuderen verloopt.

Aandachtspunten

Met betrekking tot toetsing hebben we in studiejaar 2021-2022 de volgende focus:

- Paraatheid om toetsing anders aan te vliegen zodra de omstandigheden i.v.m. de gevolgen van de coronapandemie dat vragen.
- Oriënteren en verkennen van andere manieren van toetsen ter bevordering van het leerproces (zoals programmatisch, cumulatief, ontwikkelingsgericht toetsen)?
- Toetsen i.c.m. blended onderwijs.
- Voornemen om de Pyramide van Miller (zie figuur) te gaan gebruiken als toets-taxonomie
- Experiment P niveau o.b.v. LLO's in jaar 1
- Samenhang van de toetsprogramma's in alle jaren ter implementatie en bestendiging van de LLO's in ons curriculum.
- Verder updaten van het toetsplan in relatie tot het nieuwe GMS-profiel en ontwikkelingen op het gebied van didactiek, pedagogiek en toetsing.

Vaststelling toetsplan

Dit toetsplan heeft betrekking op het curriculum voor studiejaar 2021-2022. Dit document wordt jaarlijks bijgesteld. Aanpassing is alleen nodig, indien sprake is van wijzigingen in toetsbeleid of toetsprogramma. Het document wordt vastgesteld door het onderwijsmanagement, na advisering hierover door de examencommissie. Ter advisering wordt het toetsplan ook voorgelegd aan de opleidingscommissie zodat, wanneer zij adviseert over de Onderwijs- en examenregeling, zij het curriculum en toetsprogramma in samenhang kan bezien.

Leeswijzer

In hoofdstuk 1 wordt ingegaan op hoe de toetsvisie van CE is vertaald binnen de community. Deze vertaling van de toetsvisie krijgt concreet vorm in het toetsprogramma dat in hoofdstuk 2 wordt beschreven. Het

TOETSPLAN COMMUNITY CE: Global Marketing & Sales 2021-2022

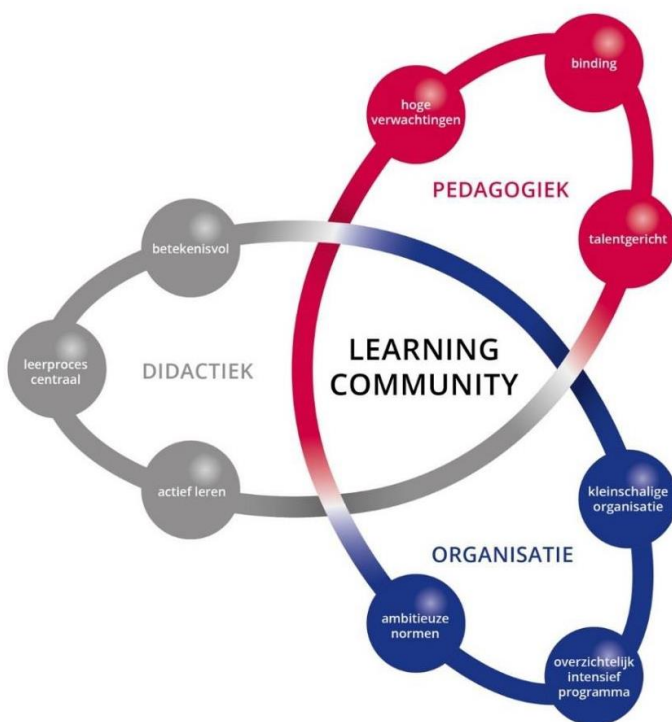
afstudeerprogramma komt aan bod in hoofdstuk 3 en in het laatste hoofdstuk staat de kwaliteitsborging van de toetsing centraal.

1. Toetsvisie Community GMS

1.1 Toetsvisie GMS in relatie tot de CE toetsvisie

Sinds 2015-2016 bestaat de community GMS als een van de vier community's Commerciële Economie (CE). In het Toetsbeleid van het voormalige Instituut voor Commercieel Management (COM) (nu de HRBS) wordt beschreven wat het werken in community's betekent: 'In de community's leren en werken studenten en docenten in en met de praktijk. Onderwijs wordt vormgegeven vanuit verbinding en interactie tussen studenten, docenten, onderzoekers en professionals uit het werkveld. Dit maakt het onderwijs betekenisvol, motiverend en activerend waardoor kritische, reflectieve, onderzoekende en zelfbewuste professionals opgeleid worden' (Toetsbeleid 2016-2020 Instituut Commercieel Management, hoofdstuk 2).

Er is op opleidingsniveau een onderwijsvisie geformuleerd die visueel in onderstaande afbeelding is weergegeven.



Afbeelding 1 COMMunitymodel. Bron: Visie op leren COM

In het CE brede toetsbeleid is deze onderwijsvisie vertaald naar een visie op toetsing.

Onderdeel	Kernpunt	Vertaling naar het curriculum
Pedagogiek	<i>Binding</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Formatieve toetsing • Cyclische opbouw van leren en toetsen
	<i>Hoge verwachtingen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Growth mindset stimuleren • Ruimte om fouten te maken • Wederzijdse hoge verwachtingen
	<i>Talent</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Compensatiemogelijkheden • Individuele assessments op beroepsrollen
Didactiek	<i>Leerproces centraal</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Groei/ontwikkeling toetsen in studentlijn en geïntegreerd • Constructive alignment • Toetsing van product, proces en leren leren
	<i>Actief leren</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Toetsen is startpunt • Toetsen met competenties als eindpunt
	<i>Betekenisvol leren</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Real-life⁶ projecten • Authentieke⁷ beroepssituaties • Toetsing van de impact die studenten creëren
Organisatie	<i>Kleinschalige organisatie</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Studievoortgang wordt regelmatig gemonitord door kleine groep docenten en studieloopbaancoaches • Snellere verwijzing naar specialistische begeleiding
	<i>Overzichtelijk en intensief programma</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Elke 5^e lesweek max. 2 summatieve toetsen in jaar 1, 2 • Korte deadlines in de projecten • Duidelijk geformuleerde deliverables in stage en afstuderen
	<i>Ambitieuze norm</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Propedeuse in 1 jaar • Stagedrempel • Minordrempel • Afstudeerdrempel

Tabel 1 Visie op leren vertaald naar visie op toetsing in verschillende fasen in het curriculum

1.2 Relatie toetsvisie en opleidingsprofiel GMS

Opleidingsprofiel GMS

Commerciële economen uit de Community GMS zien kansen in een veranderende wereld en zetten die om in commerciële waarde. Zij werken voor middelgrote tot grote ondernemingen en brengen de onderneming en stakeholders in beweging. Daarbij hebben zij een groot gevoel voor de cultuur van de organisatie en realiseren in samenwerking met de stakeholders veranderingen (vaak gerelateerd aan noodzakelijke transitie op het gebied van digitalisering en duurzaamheid). Door gepaste interventies verschuift zo de koers van de onderneming. Omdat de wereld zo snel verandert, zijn ze flexibel en stellen ze zich lerend op (Community profiel GMS, hoofdstuk 1). Ook vanuit een startersfunctie dragen zij bij aan duurzame verandering in organisaties (HRBS Position Paper, 2020).

De studenten krijgen onderwijs aangeboden waarbij het hierboven beschreven profiel de beoogde beroepscontext vormt. Beroepsbekwaamheid moet blijken uit prestaties die in deze beroepscontext gedaan worden (Sluijsmans, 2014).

De beroepscontext van GMS kenmerkt zich met name door een variërende mate van externe onzekerheid (veranderingen in het socio-technologische landschap) enerzijds en een vaak (gevestigde) traditionele organisatiestructuur en -cultuur anderzijds. Dit betekent dat een GMS student enerzijds inductief te werk moet gaan om waarde te articuleren en te vangen, en anderzijds cultureel sensitief, maar doortastend, te werk moet gaan. De toetsing van GMS is ingericht op het beproeven en stimuleren van deze kwaliteiten.

Beoordelingskaders

Voor het beoordelingskader zijn een tweetal zaken van belang: het toewerken naar het werken en beoordelen met Landelijke Leeropbrengsten (LLO's en skills). En, het toewerken naar een hoge mate van zelfstandigheid en complexiteit (ZELCOM-model)

- Sinds 2018 zijn de Landelijke Leeropbrengsten voor Commerciële Economie vastgesteld (Dromen, durven, denken, doen), zie afbeelding 2. Deze passen goed bij wat de student in het werkveld moet laten zien.

Om een beeld te krijgen wat de LLO's in de praktijk betekenen, wordt een aantal voorbeelden gegeven van activiteiten of gedrag die GMS-studenten laten zien, passend bij wat er in de LLO's wordt gevraagd. In tabel 2 staan deze genoemd.



Afbeelding 2 Landelijke leeropbrengsten. Bron: Dromen, durven, denken, doen

Tabel 2

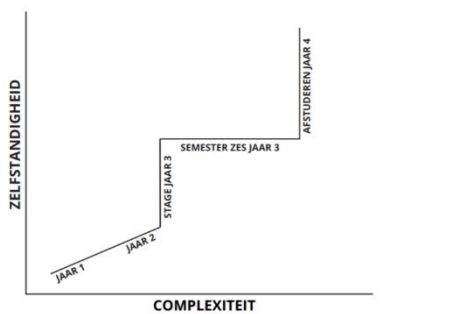
LLO	Voorbeelden
Koers bepalen	Onderzoek, betrekken stakeholders, organisatiesensitiviteit
Waarde creëren	Onderzoek, zicht op (veranderende) behoeften van klanten (zoals op het gebied van digitalisering en duurzaamheid),
Business Development	Onderzoek, samenwerking (co-creatie) met stakeholders, creatieve, passende oplossingen vormgeven, organisatiesensitiviteit
Realiseren	Onderzoek, creëren van impact, waarborgen van duurzaamheid van de oplossing, organisatiesensitiviteit

Voorbeelden GMS-kenmerken passend bij de vier LLO's

- Daarnaast bouwt GMS het curriculum op aan de hand van het ZELCOM-model, zie afbeelding 3, waarin de mate van zelfstandigheid en complexiteit gedurende de opleiding toeneemt. In afbeelding 4 kan de specifieke vertaling worden gezien over welke assen van het ZELCOM model de student zich ontwikkelt.

Zelfstandigheid →	C	D	E
	B	C	D
	A	B	C
ZelCom model	Complexiteit →		

Afbeelding 3 ZELCOM-model



Afbeelding 4 Schematisch weergave vertaling ZELCOM nivo per studiejaarGMS

Toetsing

Studenten worden zoals eerder al beschreven binnen een beroepscontext van het GMS opleidingsprofiel opgeleid tot kritische, reflectieve, onderzoekende en zelfbewuste professionals die binnen gevestigde bedrijven beweging in gang kunnen zetten. Dit leidt voor de toetsing tot een aantal kaders en uitgangspunten:

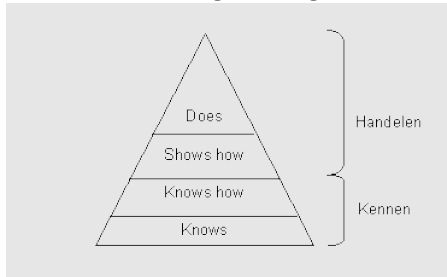
- Toetsen moet leren ondersteunen (Sluijsmans, 2014 ; Van der Vleuten, 2018) waarbij (veelvuldig en continu) toetsen moet leiden tot inzicht van beheersingsniveau (Sluijsmans, 2014; Van der Vleuten, 2018; Dochy, 2004).
- Feedback zo rijk mogelijk moet zijn (dat wil zeggen: rijke feedback heeft preferentie boven cijfers).
- Studenten worden, zeker in projecten, holistisch op basis van meerdere datapunten op hun beroepsbekwaamheid beoordeeld (van der Vleuten, 2016). Een prestatie van een student in een complexe(re) situatie waarbij kennis, houding, vaardigheden en gedrag niet los van elkaar te zien zijn, is niet terug te brengen tot gedetailleerde afzonderlijke beoordelingsaspecten. Dat betekent ook dat er geïntegreerde toetsen worden ingezet (zowel kennis als vaardigheden worden getoetst).
- Studenten worden (waar mogelijk) in situaties gebracht waarin ze interventies kunnen plegen (projecten, stage, afstuderen), zodat zij feedback kunnen krijgen op hun handelen.
- Toetsing vindt zowel formatief als summatief plaats. Studenten krijgen inzicht in leerdoelen en succescriteria, ze verzamelen daar bewijzen bij en krijgen daar feedback op. Bij formatief leren past ook dat studenten elkaar activeren en ook elkaar als bron van leren gebruiken. Dit alles heeft ten doel dat de student zelf eigenaar van zijn leerproces is.

Taxonomie en implementatie LLO's

GMS is bezig toe te werken naar de hierboven beschreven visie op onderwijs en toetsing. Het GMS-profiel is sinds begin oktober 2019 beschreven. Ten aanzien van de verdere implementatie van de LLO's, wordt hieronder de situatie toegelicht.

Taxonomie

Het platform is voornemens de Pyramide van Miller (zie figuur) te gaan gebruiken als toets-taxonomie. Deze taxonomie stelt het GMS team in staat om kennis, vaardigheden en attitudes geïntegreerd te toetsen en toch te herleiden naar BOKS en welke niveaus worden geborgd. In jaar 3 in de business booster wordt al gebruik gemaakt van deze taxonomie.



Jaar 1 en 2

Dit studiejaar vindt er verdere implementatie plaats van de LLO's. Voor de projectlijn is geïnventariseerd hoe de LLO's een plaats hebben in het curriculum. In de studentlijn is nagedacht over hoe de skills rondom de LLO's kunnen worden geïntegreerd in de lijn van jaar 1 en 2.

Jaar 3

Vanaf studiejaar 2021/22 zijn de CE-vermogens vervangen door de bij de LLO's behorende skills (zie Afbeelding 2). Dit betekent dat de LLO's ook in de stageopdracht leidend zijn en de toetsmatrijs is aangepast naar LLO's. Voor Business Booster/ Semester 6 is het belangrijk dat de toetsing moet voorbereiden op het individuele afstudeertraject in jaar 4 met een focus op het bouwen van portfolio, het inzichtelijk maken van de LLO's en een assessment

Voor zowel de stage als semester 6 is hiervoor de gehele beoordeling aangepast en uitgelijnd.

Jaar 4

Het afstuderen wordt continu geoptimaliseerd op basis van de feedback uit de accreditatie en de ervaringen die opgedaan zijn nu het afstuderen in deze vorm een aantal jaren driaat. Dit wordt samen met de andere community's gedaan.

Het vervolg van dit toetsplan zal de huidige situatie beschrijven.

Toetsvisie GMS en Blended Toetsen

In het studiejaar 2021-2022 gaat GMS gedoceed haar onderwijs richting een blended vorm brengen. Dit doen we door selectief onderdelen van het curriculum te herontwerpen richting een blended vorm. Komend studiejaar is wat dat betreft bestempeld als een experimenteer- en leerfase met betrekking tot dit onderwerp. Deze fase heeft om die reden consequenties voor de toetsing binnen de opleiding.

Een van de uitgangspunten waarop GMS komend jaar Blended Toetsen gedeeltelijk wil incorporeren in het onderwijs, is dat het ons in staat stelt het leerproces en de studievoortgang van studenten structureel te monitoren en uiteindelijk te beoordelen aan de hand van meerdere datapunten. Blended Toetsen moet het verzamelen, analyseren en beoordelen van deze datapunten vergemakkelijken. Niet alleen met betrekking tot de student, maar ook met betrekking tot de evaluatie van het onderwijsprogramma en de toetsing, zodat tijdig kan worden bijgestuurd binnen de PDCA-cyclus.

Het streven is om binnen GMS komend jaar zoveel mogelijk toetsen te digitaliseren om zo tot nog meer datapunten te komen. Daarbij gaat het zowel om formatieve als summatieve toetsmomenten. Het tweede streven is om als opleiding de komende jaren te groeien in het verwerken en analyseren van deze en andere datapunten, om zo dus de voortgang van individuele studenten én cursussen te monitoren en om daarmee bij te sturen waar nodig.

TOETSPLAN COMMUNITY CE: Global Marketing & Sales 2021-2022

De Bruijn-Smolders en Prinsen (2021) verwijzen daarbij naar twee ontwerpkenmerken van BL omtrent het monitoren van leerprocessen en studievoortgang. De eerste is online (peer) assessment. De tweede betreft feedback en interventies bij individuele studenten, die op groepsniveau worden vergeleken. Zo biedt digitaal toetsen in Remindo de mogelijkheid voor (statistische) analyses van tentamenresultaten.

Een blended en online leeromgeving biedt veel mogelijkheden voor bovenstaand streven, zo schrijven Abeel-vande Wyngaerde e.a. (2020). Op platforms zoals FeedbackFruits delen studenten materialen met elkaar, stellen vragen en geven ook feedback aan elkaar. Via polls of formatieve toetsen geven docenten feedback op de vorderingen van de studenten. Dit kan synchroon (bijvoorbeeld via een meerkeuzevraag tijdens de les) of asynchroon (bijvoorbeeld via formatieve toetsen in Remindo of via Forms opdrachten die studenten onmiddellijk beperkte feedback geven op het geleverde werk). Door zoveel mogelijk toetsvormen te digitaliseren, kan GMS toewerken naar het structureel monitoren van het leerproces en de studievoortgang. Zoals beschreven, biedt dit relevante inzichten in het kader van studentsucces. Die input kan ook gebruikt worden om de lesinhoud aan te passen of om studenten te wijzen op asynchroon beschikbare bronnen die ze (opnieuw) kunnen raadplegen. Blended Toetsen biedt kansen voor zowel het opzetten van formatieve (peer) feedbacksystemen, als het monitoren van (eigen) leerprocessen.

De Business School (Abeel-vande Wyngaerde e.a., 2020) stelt dat ook bij toetsing het actieve leerproces van de student centraal staat. Om die reden stimuleert de Business School de verdere ontwikkeling en toepassing van formatieve toetsing, waarbij niet de uitkomst maar de groei van de student wordt 'beoordeeld'. Niet enkel door de docent, maar juist ook door de student zelf, door medestudenten of werkgevers en feedback van anderen in hun nabije omgeving. Blended Toetsen stimuleert de inzet van formatieve toetsing. En dat is precies wat GMS voor ogen heeft, in navolging op de fases van de implementatie van Blended Toetsen die de Business School heeft gepresenteerd (blz. 15):

Studiejaar 2021-2022

Studiejaar 2022-2023

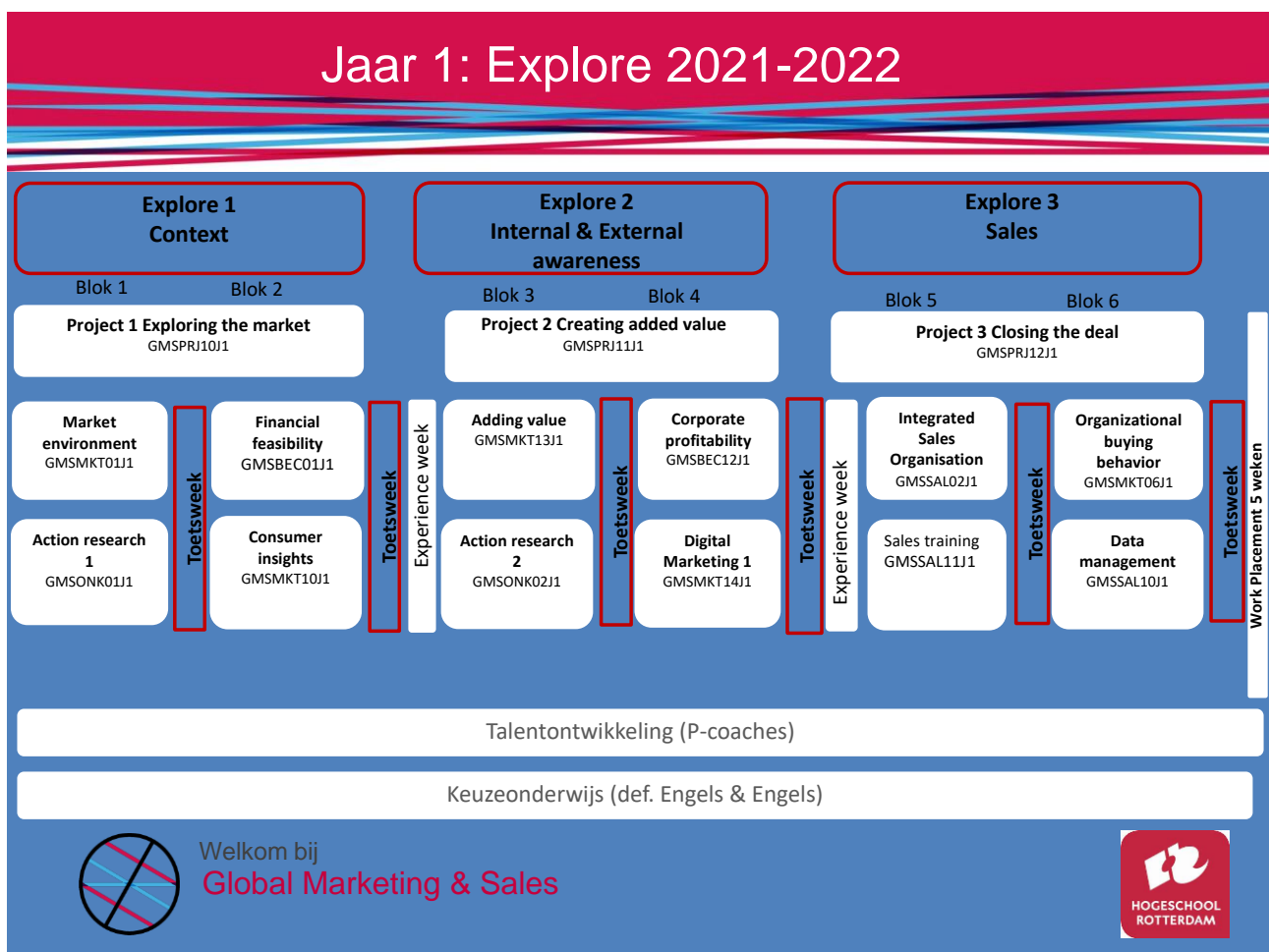
Toetsing vindt zoveel mogelijk plaats op locatie en/of wordt afgenomen in Remindo. Sommige opleidingen gebruiken de data hiervan al voor het analyseren van tentamenresultaten en studiesucces.	We stimuleren formatieve toetsen of opdrachten die studenten onmiddellijk (beperkte) feedback geven (bijv. in Remindo, Forms, of een mogelijk nieuw LMS). Peer feedback is een essentieel onderdeel van het leerproces. Docenten evalueren student-producten en gebruiken dit om het onderwijs te verbeteren.
---	---

2. Toetsprogramma en eindkwalificaties

2.1 Toelichting op toetsprogramma

Het toetsprogramma van GMS sluit aan bij de onderwijsvisie. De verschillende toetsmomenten hebben daarbij een logische plek in het geheel van het jaar en het curriculum. Zo zijn er in de eerste twee jaren korte blokken met een beperkt aantal toetsen, zodat er weinig concurrentie tussen toetsen is. Alle toetsmomenten dragen eraan bij uiteindelijk een valide en betrouwbare uitspraak te doen over de beroepsbekwaamheid van de student. Ook is er voldoende variatie in de manier van toetsen. Het gaat onder andere om casustoetsen, open vragen, opdrachten, presentatie en portfolio. De samenhang in het toetsprogramma ondersteunt het ontwikkelingsgericht begeleiden en beoordelen. Studenten werken in alle onderwijsonderdelen gericht aan hun ontwikkeling en krijgen daar feedback op. Dit gebeurt zowel in de kennislijn als de praktijklijn als de studentlijn.

In de opbouw en samenhang van het onderwijs- en toetsprogramma wordt ernaar gestreefd om het geleerde steeds terug te laten komen in de volgende onderwijsactiviteiten. Op deze manier kunnen studenten de feedback die zij ontvangen toepassen in hun verdere leerproces. Het samenhangende toetsprogramma ondersteunt ook de kwalificerende functie van toetsing.



Toetsprogramma jaar 1

Jaar 1 is één groot toetsprogramma van 60 studiepunten, waarbinnen op 3 lijnen wordt getoetst; praktijklijn, kennislijn en studentlijn (TOW). De praktijklijn richt zich vooral op socialisatie (laten de studenten de juiste houding zien), de kennislijn richt zich vooral op kwalificatie (zijn ze in staat de juiste kennis op de juiste manier toe te passen?), de talentontwikkelingslijn richt zich op subjectwording (kunnen de studenten zich op een juiste manier verhouden met de praktijk en kunnen ze hun eigen ontwikkeling sturen?). Jaar 1 is zo ingericht dat studenten een zo compleet mogelijk beeld hebben van het

beroepsprofiel waar GMS voor opleidt, zodat zij aan het einde van jaar 1 een bewuste keuze kunnen maken om de opleiding te vervolgen (bij voldoende studiepunten (60)) of te staken. Binnen dit toetsprogramma bestaat de mogelijkheid tot compenseren. Hiervoor verwijzen we naar het algemene opleidingsprofiel van CE.

De community 's van CE hebben de afspraak dat in het studiejaar 2021-2022 geëxperimenteerd wordt met het aftoetsen van de LLO's in jaar 1 op gezamenlijk vastgestelde propedeuseniveau.

ZelCom

In jaar 1 wordt er gewerkt in ZelCom niveau B. Concreet houdt dit in dat er gedurende het eerste jaar binnen niveau B steeds iets complexere en zelfstandigere situatie worden gecreëerd. In relatie tot de andere leerjaren kenmerkt jaar 1 zich door gestructureerde en laag-complexe opdrachten, het ontwikkelen van informatievaardigheden en het ontwikkelen van een gedegen kennisbasis (ook het eigen maken van theoretische modellen). In jaar 1 zit de focus vooral op het 'leren leren' (Opleidingsprofiel Commerciële Economie, 2019-2020).

Praktijklijn

Project	LLO Focus	Thema project en context	Toetsing
Project 1 Exploring the market	Koers bepalen Waarde creëren	Marketing – SWOT: Studenten leren de interne en externe omgeving in kaart brengen om tot een strategische optie te komen. Deze optie wordt omgezet in een concreet advies t.b.v. waarde creatie voor de organisatie.	Onderzoeksrapport (groep) Eindpresentatie (groep) Reflectievideo (individueel)
Project 2 Creating added value	(Koers Bepalen) Waarde creëren Business Development	Marketing - (SW)OT Studenten leggen tijdens het onderzoek de focus op de externe omgeving om voor een organisatie tot een aangescherpte/nieuwe waardepropositie te komen.	Onderzoeksrapport (groep) Waarde uitgewerkt in video (groep) Reflectievideo (individueel)
Project 3 Closing the deal	(Koers Bepalen) Waarde creëren Business Development Realiseren	Sales – SW(OT) Studenten worden managers van een hotel en formuleren op basis van onderzoeksresultaten aanscherpingen en aanpassingen om de verkoopcijfers te laten groeien. (simulatiegame)	Onderzoeksrapport (groep) Deelopdrachten zoals website, beurspresentatie, etc. (groep) Reflectie-opdracht (individueel)

Koers bepalen en waarde creëren hebben in ieder project een duidelijke rol, maar gedurende het jaar verschuift de focus meer richting business development en realiseren. Project wordt afgetoetst met behulp van verschillende deelopdrachten, waarbij rekening wordt gehouden met groeps- en het individuele aandeel van de student. In lijn met ZelCom zal de verdeling van het groeps- versus het individuele aandeel verschuiven gedurende het leerjaar:

- Project 1 en 2: Groeps- 70%, individueel werk 30% van het eindcijfer.
- Project 3: Groeps- 60%, individueel werk 40% van het eindcijfer.

Kennislijn

De vakken binnen de kennislijn zijn opgezet om goed te integreren met de projectlijn. De aangeboden kennis en vaardigheden om het project succesvol af te kunnen ronden zijn geborgd in deze vakken. De toetsing van deze vakken vindt plaats door middel van meerkeuzetentamens (Market Environment en Consumer insight), praktische opdrachten (Action Research 1 en 2, Data Management), een assessment (salestraining) en meerdere casustentamens (alle overige vakken in jaar 1). Er is nagedacht over de manier waarop het soort toets door het jaar wordt aangeboden. Hiermee wordt rekening gehouden met ZelCom (oplopende complexiteit, geen MC tentamens meer na periode 1) en dat er verscheidenheid in toetsing ontstaat passende bij de af te toetsen leerdoelen.

Periode 1	Periode 2	Periode 3
Blok 1 MC tentamens (marketing) Opdracht (onderzoek)	Blok 3 Casustentamens (marketing) Opdracht (onderzoek)	Blok 5 Assessment (sales) Casustentamens (sales)
Blok 2 MC tentamens (marketing) Casustentamens (finance)	Blok 4 Casustentamens (finance) Casustentamens (management)	Blok 6 Opdracht (onderzoek Big Data) Casustentamens (sales)

Studentlijn (TOW)

De studentlijn bestaat binnen jaar 1 uit drie onderdelen: (A) Business English, (B) Coaching en (C) stage. In totaal moeten de studenten aan alle onderdelen binnen de lijn voldoen om in aanmerking te komen voor een voldoende.

(A) Business English

De visie achter dit onderdeel is dat de student als professional moet kunnen handelen in een omgeving waar Engels gesproken of geschreven wordt. Tevens moeten zij zakelijke teksten kunnen begrijpen en schrijven. Engels wordt uitgebreid met marketing terminologie. Aan het eind van elke periode krijgen de studenten een opdracht/toets.

- OP 1: blok 1 peer review (formatief) + blok 2 groepspresentatie (30%) (Tijdens de review blok 1 en presentatie blok 2 wordt er gekeken naar de groepsdynamiek, deelname in groep en het maken van de opdracht).
- OP 2: blok 3 spreek -en schrijfvaardigheid – (formatief) en blok 4 spreek -en schrijfvaardigheid – opdracht/toets (35%)
- OP3: blok 5 leesvaardigheid – summary assignment (formatief) + blok 6 – opdracht (35%)

Voor deze cursus moeten de studenten de vaardigheden op eindniveau B1+/B2 hebben van zakelijk Engels en kennis hebben van de marketing terminologie.

Gemiste opdrachten/toetsen per periode mogen alleen herkanst worden met toestemming van de decaan. Deze gemiste opdrachten/toetsen worden aan het eind van het schooljaar ingepland. Bij het behalen van een gemiddelde lager dan een 6 (voor Engels en stage) is er een hertentamen aan het eind van het schooljaar ingepland (9.12). De student komt alleen in aanmerking voor het hertentamen van de cursus indien hij/zij alleen Engels moet herkansen om zijn/haar Propedeuse te behalen. Studenten worden in de 9.12-herkansing getoetst op lees- en schrijfvaardigheid (vocabulary en grammatica vormen een deel hiervan).

(B) Coaching

Binnen de TOW-leerlijn wordt er gedurende vier jaar aan de volgende vaardigheden gewerkt: samenwerken, aanpassingsvermogen, verantwoordelijkheidsbesef en leiderschap. Deze vaardigheden maken onderdeel uit van de schil aan vaardigheden die rondom de LLO's staan en zijn bovendien vaardigheden die ontwikkelbaar zijn en daarom geschikt voor de coachlijn. In jaar 1 zal de focus liggen op de vaardigheden Samenwerken en Aanpassingsvermogen.

In iedere periode worden er binnen de TOW-lijn verschillende opdrachten gekoppeld aan het werken in projectgroepen. Deze opdrachten zorgen voor reflectie op de ervaring en leveren inzicht in hun handelen en eventuele verbetermogelijkheden op. Ook zijn er in het programma individuele gesprekken ingepland

om met de student in te zoomen op persoonlijke leerdoelen, studievoortgang en eventuele problemen/belemmeringen. Aan deze individuele coachmomenten is er in iedere periode eveneens een portfolio-opdracht gekoppeld die in het portfolio opgenomen wordt.

De opdrachten moeten aan het eind van de verschillende periodes opgenomen worden in het op te bouwen portfolio. Het portfolio wordt in jaar 2 verder opgebouwd. Halverwege het tweede studiejaar zal met een assessment het portfolio (dat vanaf jaar 1 is opgebouwd) worden beoordeeld. Dat is het moment waarop studenten aantonen dat ze groei hebben doorgemaakt met betrekking tot de vaardigheden samenwerken, leiderschap, verantwoordelijkheidsgevoel en aanpassingsvermogen. Het uploaden van het portfolio is voorwaardelijk voor het toegekend krijgen van de punten.

(C) Stage

Gedurende vijf weken dompelen studenten zich onder in de organisatie waar ze hun stageperiode doorbrengen. Het doel van de meeloopstage is dat studenten inzicht krijgen in o.a. het bedrijf, de klant en het product, de bedrijfscultuur, verschillende functies en rollen die mensen in de organisatie vervullen, hun eigen functioneren in een groep, hun eigen natuurlijke manier van communiceren, hun eigen kwaliteiten en ontwikkelpunten. Om aan te sluiten bij de TOW-leerlijn en richting te geven aan datgene wat studenten willen ontwikkelen, hebben ze voorafgaand aan de stageperiode persoonlijke leerdoelen opgesteld met betrekking tot de vaardigheden Samenwerken en Aanpassingsvermogen. Aan de hand van uit te voeren opdrachten moeten ze aantonen dat ze meer inzicht hebben gekregen in het bedrijf en in hun eigen functioneren en dat ze gewerkt hebben aan hun persoonlijk opgestelde leerdoelen. Uiteindelijk wordt de uitwerking van deze leerervaring uitgewerkt en in het portfolio opgenomen.

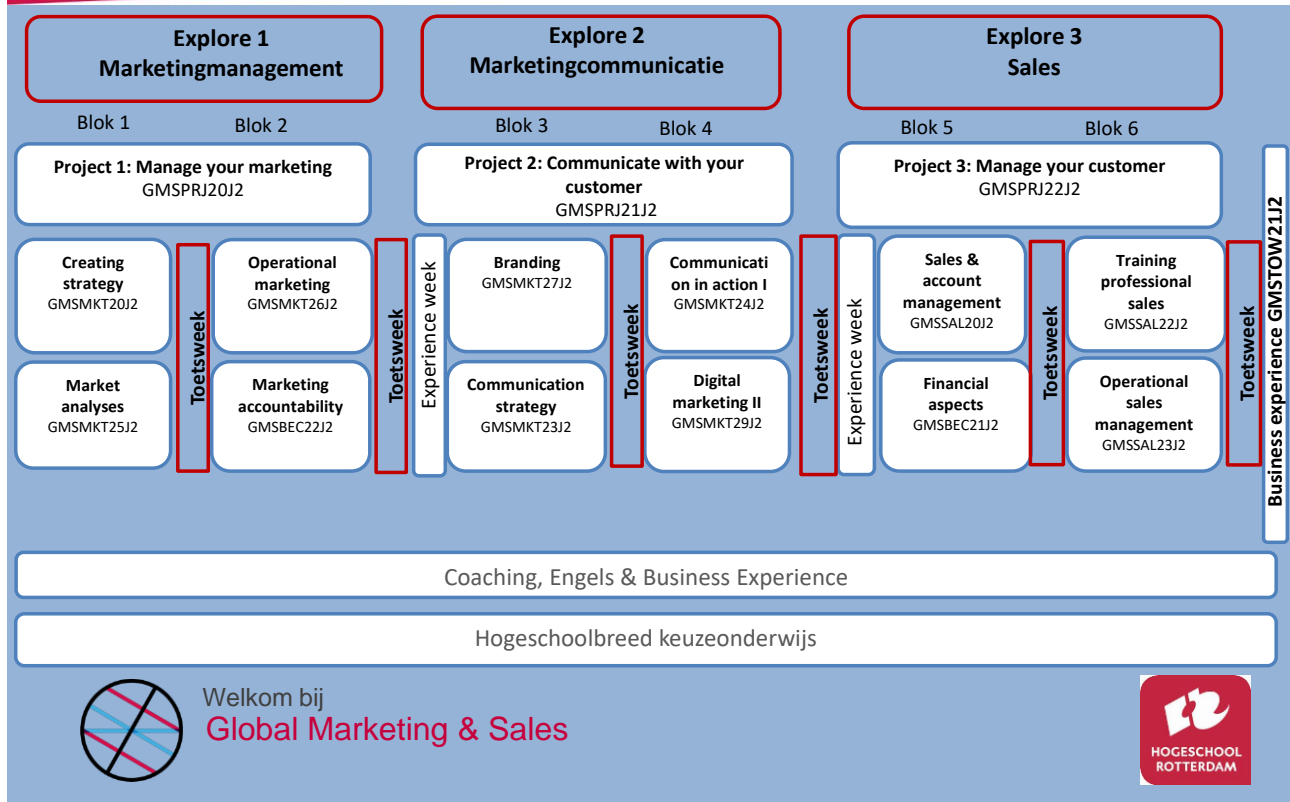
Toetsprogramma jaar 2

Jaar 2 is opgedeeld in een achttal examenonderdelen: drie in de praktijklijn, drie in de kennislijn en twee in de studentlijn. Ook in jaar 2 richt de praktijklijn zich vooral op socialisatie, de kennislijn op kwalificatie en de talentontwikkelingslijn met subjectwording.

Daarnaast is een uitgangspunt voor het curriculum van jaar 2 dat alle LLO's opnieuw aan bod komen, maar op een hoger niveau dan in jaar 1, met grotere complexiteit en minder structuur. En, waarbij een hogere mate van zelfstandigheid en complexiteit van de studenten wordt verwacht (ZelCom). Op deze manier wordt de student opnieuw goed voorbereid op de volgende stage.

Het programma in jaar 2 ziet er als volgt uit:

Jaar 2: Embrace change 2021-2022



Welkom bij
Global Marketing & Sales



Projectlijn – examenonderdeel 2, 4 en 6

De projectlijn bestaat uit 3 onderdelen van 10 weken waarin een praktijkprobleem centraal staat. Onderstaande tabel geeft inzicht in de thema's, het niveau en de toetsing van de projecten.

Project	LLO Focus	ZelCom	Thema project	Toetsing
Project 1 Manage your marketing	Koers bepalen Waarde creëren	Complexiteit gemiddeld: Zelfstandigheid, gemiddeld	Marketing strategie. Expansie naar nieuwe markten en daarin strategie bepalen. Veel factoren zijn onduidelijk en er zijn vele opties mogelijk. De enige houvast is dat het plan moet passen binnen de huidige richting van het bedrijf.	Onderzoeksrapport inclusief eindpresentatie (groep) Deelopdrachten zoals een interview met een marketeer, een betoog over een ethisch dilemma en het actief werken aan een eigen leerdoel passende bij het project (individueel).
Project 2 Communicate with your customer	Waarde creëren Business Development	Complexiteit gemiddeld: Zelfstandigheid, gemiddeld	Marketing. De doelgroep doorgronden en op basis daarvan een marketing communicatie ontwikkelen. Inzicht in de doelgroep mist bij de organisatie zelf om dit succesvol te kunnen doen.	Creative brief (groep) & een Creative Concept presentatie met hand-out (groep) Deelopdrachten zoals overtuigend communiceren, constructief communiceren en leiderschap (individueel)
Project 3 Manage your customer	(Koers Bepalen) (Waarde creëren) Business Development Realiseren	Complexiteit laag tot gemiddeld: Zelfstandigheid, hoog	Sales. Voor een bestaande organisatie de sales potentie in een ander land onderzoeken. Het bedrijf is succesvol en heeft een goede aanpak in Nederland. De vraag is of dit ook in het buitenland kan werken. Hoe zou het bedrijf succesvol kunnen verkopen in België?	Exportplan presentatie en rapport (groep) Deelopdrachten zoals stakeholder mapping en een sales gesprek (individueel)

Tabel 1 jaar 2, overzicht projecten

Koers bepalen en waarde creëren hebben in ieder project een duidelijke rol, maar gedurende het jaar verschuift de focus meer richting business development en realiseren. Project wordt afgetoetst met behulp van verschillende deelopdrachten, waarbij rekening wordt gehouden met groepswork en het individuele aandeel van de student. De verhouding in toetsing is hierin 50% groepswork en 50% individueel.

Kennislijn – examenonderdeel 1, 3 en 5

De vakken binnen de kennislijn zijn opgezet om goed te integreren met de projectlijn en daarmee de gegeven theorie direct te linken aan de praktijk. In onderstaande tabel staat een overzicht van de kernvraagstukken die per cursus worden behandeld.

Tabel 2 jaar 2, overzicht cursussen

Jaar 2	Code	Titel	Vraag die beantwoord wordt...	Toetsing
Onderdeel 1	GMSMKT20J2	Creating Strategy	Hoe kom je via het strategisch planningsproces tot een strategische keuze?	Cases toets
	GMSMKT25J2	Market Analyses (BI)	Hoe doe je op verschillende niveaus onderzoek naar de omgeving, trek je conclusies en maak je een analyse?	Opdracht
	GMSMKT26J2	Operational Marketing	Hoe werk je de gekozen strategische keuze uit op operationeel (marketing) niveau?	Cases toets
	GMSBEC22J2	Marketing Accountability	Hoe kun je de kosten van het operationele plan verantwoorden en hoe maak je een business case?	Cases toets
onderdeel 3	GMSMKT27J2	Branding	Wat is de waarde van een merk voor een onderneming en de consument?	Cases toets
	GMSMKT23J2	Communication Strategy	Hoe vertaal je strategische marketing doelen in een concreet communicatie concept?	Cases toets
	GMSMKT24J2	Communication in Action	Hoe bepaal je welke communicatiemiddelen je moet inzetten om effectief te zijn en ga je resultaat meten?	Opdracht
	GMSMKT29J2	Digital Marketing	Hoe check je de performance van de communicatie van een merk of organisatie online en kun je een verbetervoorstel maken?	Opdracht
onderdeel 5	GMSAL20J2	Sales en Accountmanagement	Hoe moet je je strategische verkoop organiseren en maak je accountplannen?	Opdracht
	GMSBEC21J2	Financial Aspects	Hoe bereken je je plannen door in sales?	Cases toets
	GMSAL22J2	Training professional Sales	Hoe voer je een effectief face to face sales gesprek?	Assessment
	GMSAL23J2	Operational Sales	Hoe kun je je strategie vertalen in je operationele sales organisatie (aantal mensen, indeling, juiste methoden en technieken)?	Opdracht

De aangeboden kennis en vaardigheden om project succesvol af te kunnen ronden zijn geborgd in deze vakken. De toetsing van deze vakken vindt plaats door middel praktische opdrachten (Market Analyses, Communication in Action, Digital Marketing, Sales en Accountmanagement en Operational Sales), een assessment (salestraining) en meerdere casustentamens (alle overige vakken in jaar 2) zoals ook te zien is in de tabel. Hiermee borgen we dat de leerdoelen behorende bij de vakken op een daarbij passende manier worden afgetoetst.

Studentlijn (TOW) – examenonderdeel 7

De Studentlijn bestaat binnen jaar 2 uit 3 onderdelen: (A) Effective Business Communication (Engels), (B) Coaching (TOW) en (C) the International Business Experience

Binnen de studentlijn wordt zoals gezegd gewerkt aan de subjectwording van de student. In jaar 2 gaat het daarbij om: wie ben ik als professional en hoe gedraag ik me als een professional in samenwerkingen in een internationale context.

(A) Effective Business Communication (Engels)

Gedurende alle drie de periodes is er aandacht voor diverse taaldoelen en communicatiedoelen. Deze worden getoetst in een 'high stakes' toets setting (Sluijsmans, 2013). De toetsing voor het effective business communication traject zal bestaan uit een portfolio met verschillende onderdelen. Studenten kiezen 4 van de 5 onderdelen uit waar zij in de les aan hebben gewerkt. Deze onderdelen worden ingeleverd en beoordeeld met een go of no go. Dit is een summatieve voorwaarde om deel te mogen nemen aan het eindtraject. Op deze onderdelen wordt tijdens het traject feedback gegeven. Indien het onderdeel Effective Business Communication niet wordt behaald dient in het volgende studiejaar te worden herkanst.

(B) Coaching (TOW)

Binnen de TOW-leerlijn wordt er gedurende vier jaar aan de volgende vaardigheden gewerkt: aanpassingsvermogen, verantwoordelijkheidsbesef en (persoonlijk) leiderschap.

Daarnaast wordt er gestuurd op pro-actief en doel-georiënteerd gedrag. Deze vaardigheden maken onderdeel uit van de schil aan vaardigheden die rondom de LLO's staan en zijn bovendien vaardigheden die ontwikkelbaar zijn en daarom geschikt voor de coachlijn.

In iedere periode worden er binnen de TOW-lijn verschillende opdrachten gekoppeld aan het werken in projectgroepen. Deze opdrachten zorgen voor reflectie op de ervaring en leveren inzicht in hun handelen en eventuele verbetermogelijkheden op. Ook zijn er in het programma intervisiegesprekken en individuele gesprekken ingepland om met de student in te zoomen op samenwerken, persoonlijke leerdoelen, studievoortgang en eventuele problemen/ belemmeringen. De student gaat tijdens het gehele cursusjaar aantoonbaar werken aan zijn eigen ontwikkeling. Dit doet hij door middel van een individueel leerportfolio. Ook dit portfolio wordt ingeleverd en beoordeeld en is een voorwaarde om deel te mogen nemen aan het eind programma IBE (onderdeel C). Concreet betekent dit dat de student zowel een voldoende voor het Effective Business Communication (Engels) moet behalen, alsmede een voldoende voor zijn eigen ontwikkeling (TOW).

(C) The International Business Experience (the Game)

In de International Business Experience (the Game) worden studenten uitgedaagd om zich als commercieel professional te gedragen in een internationale context. In dit programma van twee weken worden studenten getoetst op allerlei vaardigheden (formatief) en wordt afgetoetst doormiddel van een eindpresentatie.

Keuzeonderwijs – onderdeel 8

In jaar 2 dingen studenten 2 keuzeonderwijs onderdelen te behalen. Keuzeonderwijs geeft de student de gelegenheid zichzelf te verbreden in een gebied van eigen interesse en invulling te geven aan de eigen leerbehoefte.

Toetsprogramma jaar 3

Beroepscontext

Om het handelingsniveau (*does en shows how in de Pyramide van Miller, zie hoofdstuk 1*) van studenten toetsbaar te maken, wordt ervaring met (en in) bedrijven aangeboden. In de stage gaan studenten binnen een geschikt bedrijf (zie Stagehandleiding) aan de slag met een interventie. Naast het opdoen van werkervaring in relevante bedrijfsonderdelen, ontwikkelen studenten een op eigen waarneming (en onderzoek) gebaseerd idee voor waarde creatie in het bedrijf. Zij zetten daartoe alle LLO's in om het idee te onderzoeken, te organiseren en te realiseren in het bedrijf. Zij ontwikkelen zich hiermee tot ZelCom-niveau C (zie Fig. Y en Tabel 'Competentieniveaus').

Vervolgens wordt in Semester 6 met het programma Business Booster de lat een stukje hoger gelegd. Studenten gaan nu aan de slag om bij een bedrijf de aansluiting naar de 'Next Economy' te maken. Zij krijgen hier te maken met complexe situaties (meerdere stakeholders en belangen), waarin ze nieuwe kennis (circulaire en digitale economie) en methodes (design thinking, sustainable business models o.a.) gaan onderzoeken en toepassen. Het doel is de implementatie van de eerste stap op de 'road to the next economy' van het bedrijf. Daarnaast gebruiken zij deze 'student journey' om hun eigen professionaliteit te ontwikkelen (individueel, vermogens). Studenten ontwikkelen zich hiermee tot ZelCom niveau C (zie Fig.Y en Tabel 'Competentieniveaus').

Toetsvorm

De stage begint met een zelfbeoordeling door de student van zijn/haar (start-) niveau op alle LLO's. Aan het eind van de stage vindt een eindgesprek plaats waarin de ontwikkeling op alle LLO's besproken wordt aan de hand van een door de student samengesteld portfolio. De student toont daarin de ontwikkeling van de vermogens met bewijsstukken aan. Op deze manier vormt het eindgesprek van de stage het startpunt voor semester 6.

In **semester 6** worden er onderwijssituaties gecreëerd waardoor studenten aan de verdere ontwikkeling van de LLO's en skills kunnen werken. Het semester kent 3 deliverables. Ieder deliverable focust op een aantal LLO's. De koppeling met de LLO's is een voorbereiding op jaar 4 waarin de student zijn eindniveau moet aantonen op de LLO's.

Deliverable 1 en 2 zijn groepsproducten waarbij op leeropbrengsten vanuit de LLO's wordt getoetst. Deliverable 1 start met 'Koers bepalen' (Probleemstelling en business concept) en eindigt bij 'Waardecreatie' (concept idee). Deliverable 2 omdat Waardecreatie (idee iteratief testen, research & design), Business Development (stakeholder management en business plan) en Realisatie (draagvlak creëren bij stakeholders en implementatieplan). Deliverable 3 is een assessment waarbij individueel op de LLO's wordt getoetst.

Schematisch verloopt de toetsing van jaar 3 als volgt:

STAGE 20 weken	Business Booster 20 weken
<ul style="list-style-type: none"> •portfolio •assessment 	<ul style="list-style-type: none"> •deliverable 1 (6 weken) •deliverable 2 (12 weken) •eind assessment met portfolio (2 weken)
30 ects	30 ects (3 deoltoetsen)
CE-skills	LLO's + CE-Skills
Individueel	Twee groepscijfers en een individueel assessment Eindcijfer compenseerbaar (3 gelijke delen) Indien deliverable 1 < 4.0 -> herkansen programma
'Voldaan'= Tenminste 5,5	Tenminste 5,5 gemiddeld Assessment moet met minimaal 6.0 worden afgerond

Assessment met 1 assessor

Assessment met 2 assessoren

- Indien het eindassessment niet wordt gehaald, is er een 1^e herkansingsmogelijkheid voor de zomervakantie en een (2^e) herkansingsmogelijkheid na de Minor.
 - Het behalen van jaar 3 is voorwaarde voor afstuderen.
-

Toetsprogramma jaar 4

Jaar 4 bestaat uit verdiepen en verbreden door middel van het volgen van een Minor (30 ects) en het afstuderen (30 ects).

In de minorperiode kan de student kiezen uit een minor van 30EC waarin hij in 20 weken een verbreding of een verdieping aanbrengt in zijn eigen studie. De toetsing van de minor is geborgd door de opleiding die de minor verzorgt.

Jaar 4 borduurt voort op wat er in voorgaande jaren is opgebouwd. Waar in jaar 3 de LLO's worden afgetoetst op niveau C van het ZelCoM model (Bulthuis, 2013) zal in jaar 4 door middel van een assessment op niveau D getoetst worden. Studenten moeten laten zien dat ze in staat zijn om meer complexe vraagstukken zelfstandig om te buigen naar oplossingen die van duurzame waarde zijn voor de organisatie. Het afstudeerprogramma in jaar 4 wordt door alle community's van CE gezamenlijk vormgegeven en op dezelfde manier getoetst. De verdere opzet van het afstuderen is terug te vinden in de afstudeerhandleiding.

Het afstuderen in jaar 4 is voor de vier community's gelijk en staat beschreven in het CE opleidingsprofiel.

2.2 BoKS

Voor de propedeuse is een CE-brede BokS ontwikkeld.

In onderstaande tabel staat de propedeuse-BokS met daarbij vermeld in welke GMS-cursussen deze thema's getoetst worden.

Thema Marketing	Voorbeelden van tools	Thema wordt getoetst in
Business model genereren	BMC	Adding Value
	Verdienmodel	
Bedrijfs- en omgevingsanalyse	DESTEP	Market Environment
	ABCD	
	SWOT	
	Concurrentie analyse	
	Interne analyse	
	Marktkansen in kaartbrengen	
Segmenteren, doelgroep bepalen, positioneren	SDP / MDC	Consumer Insight
	Persona's	
	Marktpotentie berekenen	
Waarde creëren	Waarde propositie (Canvas)	Adding Value
	Customer Journey	
	BMC	
	SWOT	
Marketing beleid opstellen	Marketing mix (4 P's, 4C's, SAVE model)	Market environment
	Marketing Funnel	
	KPI & MPI vaststellen	

Thema Finance	Voorbeelden van tools	Thema wordt getoetst in
Beoordelen financiële gezondheid	Ratio analyse Financiële ratio's / kengetallen	Financial Feasibility
Beslissingscalculatie	Kosten baten analyse	Corporate profitability
	Resultaten rekening	
	Liquiditeitsbegroting	
	Financiële prognoses	
	Scenario's: worst case / best case	

Thema (Project)management en organisatiekunde	Voorbeelden van tools	Thema wordt getoetst in
Leiderschap	Zelf leervragen formuleren	TOW ism project
	Samenwerken a.h.v. persoonlijkheidsmodellen: Action Type. Belbin, Roos van Leary	
Organisatie sensitiviteit	Organisatiekunde	

TOETSPLAN COMMUNITY CE: Global Marketing & Sales 2021-2022

	Verandermanagement	Organizational value Stage
	Organisatie structuren	
Samenwerken	Teamontwikkeling	TOW ism project
	Teamrollen	

Thema Communicatie	Voorbeelden van tools	Thema wordt getoetst in
Communiceren met stakeholders: <ul style="list-style-type: none"> - Informeren - overtuigen 	Presenteren	Project 1,2 en 3
	Pitchen	
	Argumenteren	
	Groepsdiscussie	
	Rapporteren	

Thema Sales	Voorbeelden van tools	Thema wordt getoetst in
Salesfunnel optimalisatie	Conversie	Integrated Sales Organization
	Customer Journey	
	Salesfunnel	
	Data analyse in Excel	
Retentie	Customer Lifetime Value	Integrated Sales Organization
Sales- en accountmanagement	Salesstrategie	Integrated Sales Organization
	Koopgedrag	
	CRM	
	Decision Making Unit	

Thema Onderzoek	Voorbeelden van tools	Thema wordt getoetst in
Inzicht in klant	Focusgroep	Project 1,2,3 Action Research 1 en 2
	Databanken	
	Observeren	
	Interview	
	Enquête	
Inzicht in vraagstuk	Databanken	Projecten Action Research 1 en 2
	Vraagformulering	
	Testing	
Inzicht in omgeving	Zie thema Marketing	Zie thema's Marketing

Engels (DC7) maakt bij GMS deel uit van de studentlijn in jaar 1 en 2 als ontwikkeling naar een CE-professional die in verschillende situaties en taalomgevingen kan functioneren en acteren.

3. Afstudeerprogramma

Het afstuderen is afgeleid van de visie op leren. In het afstuderen laten studenten door middel van praktijkgericht onderzoek zien dat zij individueel impact kunnen genereren op een organisatie met de interventie(s) die ze ontwerpen. Met het afstuderen laten studenten zien dat ze de vier LLO's beheersen. In het beoordelingsformulier staan de vier LLO's centraal. Er zijn indicatoren en hulpvragen die de leeropbrengst verduidelijken en er is per leeropbrengst een rubric opgesteld met behulp van de uitwerking van ZelCom niveau D. Het beoordelingskader (rubrics) van het afstuderen is voor alle community's gelijk.

Het afstuderen is vormgegeven met inzichten uit het rapport 'Beoordelen is mensenwerk' (Vereniging Hogescholen, 2014) in gedachten.

Met het afstuderen laten studenten zien: welke rol zij in een community vervullen (socialisatie), hoe ze zich ontwikkeld hebben tot een unieke CE'er (identiteitsvorming) en dat ze het eindniveau van een CE'er beheersen (kwalificatie). Alle community's geven het afstuderen vorm middels een in de praktijk uitgevoerde opdracht. De stappen die de student zet, dienen als bewijslast om het eindniveau aan te tonen. Dit doet de student met een portfolio en eindassessment. De vormgeving van het afstuderen maakt dat het proces urgent, relevant en realistisch is. De skills worden impliciet binnen de LLO's afgetoetst (Opleidingsprofiel Bacheloropleiding Commerciële Economie 2019-2022).

Er is gedurende het afstudeertraject één GO/ NO GO moment. Dat is aan het begin van het traject waarbij er akkoord wordt gegeven op het afstudeerbedrijf. De one pager geeft inzicht in voorwaarden en kenmerken van het afstudeerbedrijf, de afstudeerder en de afstudeeropdracht.

Het eindassessment wordt afgenomen door twee examinatoren, een interne en een externe. Zij komen samen tot een beoordeling op basis van het portfolio assessment en het assessmentgesprek. Ten aanzien van de vier LLO's beargumenteren de examinatoren of de student al dan niet bekwaam, gevorderd, of excellent heeft gepresteerd. De student zal op alle vier LLO's tenminste bekwaam bevonden moeten worden om te kunnen afstuderen.

In het opleidingsprofiel CE staat een uitgebreide beschrijving van het afstuderen.

4. Kwaliteitsborging toetsing

Om te garanderen dat studenten het beoogde niveau en de eindkwalificaties van de opleiding behalen, is kwaliteit van toetsing van belang. Dit wordt ook beschreven in het algemene opleidingsprofiel CE (hoofdstuk 5).

Dit studiejaar wordt verder gewerkt aan het bestendigen van de PDCA cyclus. Dit doen we o.a. door processen beter in kaart te brengen en te delen met collega's. Daarnaast werken we aan een structurelere aanpak voor toetsanalyses.

4.1 Kwaliteitscriteria

Voor de kwaliteitscriteria gebruikt GMS de criteria zoals beschreven in bijlage 6 van het Opleidingsprofiel CE. GMS werkt met een absolute cesuur.

4.2 Kwaliteit van uitvoering

Toetsen worden ontwikkeld door de cursushouder, inclusief antwoordmodel of rubric. Een andere docent is tweede lezer en geeft feedback op de toets. De teamlead en hoofddocent monitoren de kwaliteit van de toetsing in overleg met de toets- en examencommissie. De toetscommissie geeft steeksproefsgewijs feedback op de af te nemen toetsen vanuit hun borgingsfunctie. Alle docenten zijn door de examencommissie benoemd als examiner.

Na afname of na het inleveren via cum laude beoordelen docenten het gemaakte werk. Docenten kalibreren, bijvoorbeeld door allemaal dezelfde toets na te kijken met behulp van de rubric. Vervolgens vergelijken en bespreken ze deze toets met beoordeling. Als al het werk is beoordeeld worden cijfers of gemiddelden vergeleken en waar nodig bijgesteld. Daarna voert de docent de cijfers in.

4.3 Toets- en examencommissies

De taken van de examencommissie, toetscommissie en previewcommissie staan beschreven in het Opleidingsprofiel CE.

4.4 Bewaking eindniveau

De bewaking van het eindniveau staat beschreven in het opleidingsprofiel CE.

Bijlage 1 Curriculumtabellen met toetsvormen en legenda

Global Marketing & Sales jaar 1 studiejaar 2021-2022

Global Marketing & Sales jaar 1 studiejaar 2021-2022																								
GMS1: Commerciële Economie, community Global Marketing & Sales, voltijdopleiding jaar 1 (60 sp) studiejaar 2021-2022																								
Lijn	Cursusnaam	Cursuscode	sp	blok 1		blok 2		blok 3		blok 4		blok 5		blok 6		blok 7		praktische oefening	eind-niveau					
				contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets							
KL	Market Environment	GMSMKT01J1	2	12	S																			
KL	Action Research I	GMSONK01J1	2	12	ST																			
PL	Project 1: Exploring the Market	GMSPRJ10J1	8	16		16																		
PL				12		12		ST																
PL				8		8																		
KL	Financial Feasibility	GMSBEC01J1	2			12	S																	
KL	Consumer Insights	GMSMKT10J1	2			12	S																	
KL	Adding Value	GMSMKT13J1	2					12	S															
KL	Action Research II	GMSONK02J1	2					12	ST															
PL	Project 2: Creating Added Value	GMSPRJ11J1	8					16		16														
PL								12		12		ST												
PL									8		8													
KL	Corporate Profitability	GMSBEC12J1	2							12	S													
KL	Digital Marketing 1	GMSMKT14J1	2							12	S													
KL	Sales Training	GMSSAL11J1	2									8	VH											
KL	Integrated Sales Organisation	GMSSAL03J1	2									12	S											
PL	Project 3: Closing the Deal	GMSPRJ12J1	8									16		16										
PL													12		12		ST							
PL														8		8								
KL	Data Management	GMSSAL10J1	2											12	O									
KL	Organizational Buying Behaviour	GMSMKT06J1	2											12	S									
SL	Workplacement	GMSSTG10J1 Coaching	8	8				8				8												
SL						0,5				0,5				0,5										
SL																								
SL		GMSSTG10J1 Stage																						
SL		GMSSTG10J1 Experience Days				16				16				16										
SL	Ondersteunend onderwijs: Business English	GMSBEN01J1	4	4		4		4																
SL						8		8		8		8		8		8		ST						
			60		8	sp		12	sp		4	sp		12	sp		4	sp		12	sp		0	sp

TOETSPLAN COMMUNITY CE: Global Marketing & Sales 2021-2022

Global Marketing & Sales jaar 2 studiejaar 2021-2022

GMS2: Commerciële Economie, community Global Marketing & Sales, voltijdopleiding jaar 2 (60 sp) studiejaar 2021-2022																						
Lijn	Examenonderdeel	Cursusnaam	Cursuscode	sp	blok 1		blok 2		blok 3		blok 4		blok 5		blok 6		blok 7		praktische oefening	eind-niveau		
					contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets	contact-tijd x 30 min	toets				
KL	Examenonderdeel 1: Manage your Marketing (8 sp)	Creating Strategy	GMSMKT20J2	2	12	S																
KL		Market analysis	GMSMKT25J2	2	12	O																
KL	Examenonderdeel 2: Manage your Marketing (8 sp)	Operational Marketing	GMSMKT26J2	2			12	S														
KL		Marketing Accountability	GMSBEC22J2	2			12	S														
PL	Examenonderdeel 3: Communicate with your Customer (8 sp)	Marketing Project	GMSPRJ20J2	8	16		16															
PL					8		8		ST													
PL					0		0															
KL	Examenonderdeel 4: Communicate with your Customer (8 sp)	Branding	GMSMKT27J2	2					12	S												
KL		Communication Strategy	GMSMKT23J2	2					12	S												
KL		Communication in Action	GMSMKT24J2	2							12	O										
KL		Digital Marketing 2	GMSMKT29J2	2							12	O										
PL	Examenonderdeel 5: Manage your Customer (8 sp)	Marketingcommunication project	GMSPRJ21J2	8					16		16											
PL					8		8		ST													
PL					0		0															
KL	Examenonderdeel 6: Manage Your Customer (8 sp)	Sales and Accountmanagement	GMSSAL20J2	2									12	O								
KL		Financial Aspects	GMSBEC21J2	2									12	S								
KL		Training Professional Sales	GMSSAL22J2	2											12	VH						
KL		Operational sales management	GMSSAL23J2	2											12	O						
PL	Examenonderdeel 7: International Experience (8 sp)	Sales project	GMSPRJ22J2	8									16		16							
PL					8		8		ST						8		8					
PL					0		0									0		0				
SL	Examenonderdeel 8: Keuzeonderwijs (4 sp)	International Preparation - Engels	GMSTOW21J2	8	8		8		8		8		8									
SL							8				8				8							
SL					8		8				8				8							
SL	Examenonderdeel 8: Keuzeonderwijs (4 sp)	Coaching		4			0,5				0,5				0,5							
SL					0		0		0		0		0		0		0					
SL	Examenonderdeel 8: Keuzeonderwijs (4 sp)	Coaching		4	0		0		0		0		0		0							
SL					0		0		0		0		0		0		0					
				60		4	sp		12	sp	4	sp		12	sp	4	sp		12	sp		

TOETSPLAN COMMUNITY CE: Global Marketing & Sales 2021-2022

Global Marketing & Sales jaar 3 studiejaar 2021-2022

GMS3: Commerciële Economie, community Global Marketing & Sales, voltijdopleiding jaar 3 (60 sp) studiejaar 2021-2022									
Lijn	Cursusnaam	Cursuscode	sp	SEMESTER 5		SEMESTER 6		praktische oefening	eind-niveau
				contact-tijd x 50 min	toets	contact-tijd x 50 min	toets		
	Stage	GMSSTG01J3- begeleidingsuren	30	6	PF,VH				
		GMSSTG01J3- inspiratiedagen		20					
	Next Economy	GMSNEX01J3- koers bepalen	30			48	ST	POA	
		GMSNEX01J3- business development en waarde creëren				48			
		GMSNEX01J3- realiseren				48			
			60		30	sp	30	sp	

Global Marketing & Sales jaar 4 studiejaar 2021-2022

GMS4: Commerciële Economie, community Global Marketing & Sales, voltijdopleiding jaar 4 (60 sp) studiejaar 2021-2022									
LIJN	Cursusnaam	Cursuscode	sp	SEMESTER 7		SEMESTER 8		praktische oefening	eind-niveau
				contact-tijd x 50 min	toets	contact-tijd x 50 min	toets		
	Minor		30	192					
	Afstuderen	GMSAFS01J4 voorbereiden afstuderen	30	20			ST		x
		GMSAFS01J4 begeleiden afstuderen			24			x	
		GMSAFS01J4 beoordelen summatief 1			0			x	
		GMSAFS01J4 beoordelen summatief 2			0			x	
			60		30		30		

Legenda

KL	Kennislijn
PL	Praktijklijn
SL	Studentlijn

Toetsvormen

A = Aanwezigheid	M = Mondeling
AS = Assessment	O = Opdracht
D = Digitale toets	P = Presentatie
GO = Groepsopdracht	PF = Portfolio

MC = Multiple choice S = Schriftelijk (kan digitaal afgenomen worden)

NB: er zijn meerdere toetsvormen mogelijk binnen één cursus

S* = Herkansing schriftelijke toets

ST = Samengestelde toets

TWG = Toets werkgroep

V = Verslag

VH = Vaardigheidstoets

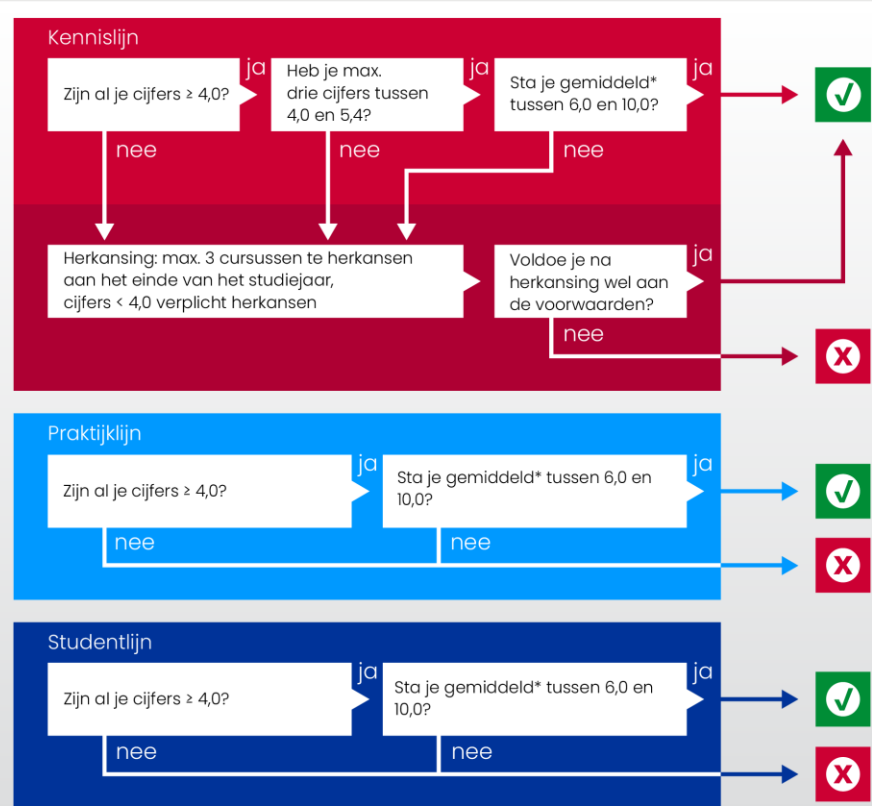
Bij de kolom 'Praktische oefening':

PO= Cursus 'praktische oefening'

POA= Verplichte aanwezigheid bij cursussen met 'praktische oefening'

Bijlage 2 Stroomschema's jaar 1 en 2

Schema jaar 1 - Herkansingen en compensaties
Commerciële Economie - Global Marketing & Sales

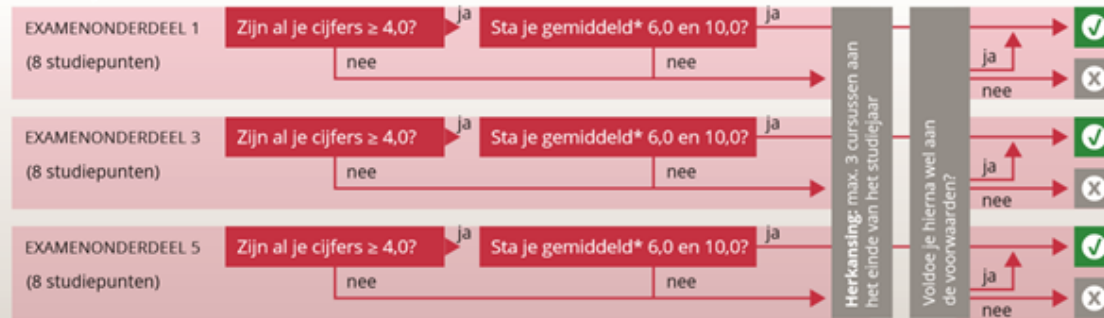


* gemiddeld = gewogen gemiddelde



Schema jaar 2 - Herkansingen en compensaties 2019 - 2020

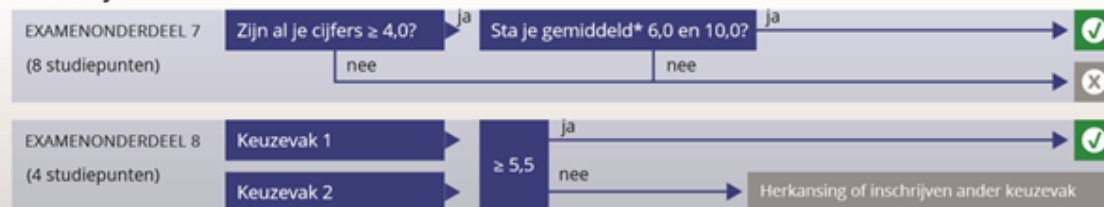
Kennislijn



Praktijklijn



Studentlijn



* gemiddeld = gewogen gemiddelde

Stagedrempel Jaar 3



** **Let op:** het openstaande examenonderdeel dien je nog wel te behalen.

disclaimer: aan dit schema kunnen geen rechten worden ontleend.

© Hogeschool Rotterdam



Bijlage 3 Afstuderen en skills

In onderstaand overzicht zijn de LLO's gedefinieerd en is geconcretiseerd wat studenten moeten kennen en kunnen en welke vaardigheden er nodig zijn en ingezet moeten worden om aan te tonen dat ze bekwaam zijn voor wat betreft de specifieke LLO.

Llo (De landelijke beschrijvingen)	Wat moet de student kennen en kunnen? (De afspraken op CE-niveau.)	Welke vaardigheden zijn nodig? (De denkrichting voor 2020-2021 van GMS. Wijzigingen zijn nog mogelijk.)
<p>KOERS BEPALEN <i>De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt, is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.</i></p>	<p><u>Inzicht in de situatie</u> Betrekken juiste stakeholders in onderzoek Uitvoeren deskresearch om inzicht te krijgen in meso- en macro-omgeving Bekend zijn met theorieën en modellen en weten toe te passen Weten wat er speelt in organisatie (organisatiesensitief)</p> <p><u>Visie</u> Kan analytisch denken aan de hand van criteria</p> <p><u>Formuleren van de koers</u> Kan en durft keuzes te maken.</p>	<p>Nieuwsgierig Initiatief</p>
<p>WAARDE CREËREN <i>De CE'er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.</i></p>	<p><u>Inzicht in de stakeholders</u> Moet begrijpen wie betrokken is en van invloed. Weet op een juiste manier onderzoek op te zetten en uit te voeren: is onderzoeksvaardig.</p> <p><u>Interpretatie</u> Kan op basis van onderzoek meten wat de waarde is van verschillende betrokken stakeholders</p> <p><u>De gekozen waarde</u> Denkt analytisch en is in staat om vanuit verschillende waarden te komen tot een vraagstuk</p>	<p>Communicatief Nieuwsgierig Commercieel bewustzijn Doorzettingsvermogen</p>

TOETSPLAN COMMUNITY CE: Global Marketing & Sales 2021-2022

<p>BUSINESS DEVELOPMENT <i>De CE'er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.</i></p>	<p><u>Concept</u> Is in staat om vanuit verschillende conclusies te komen tot (creatieve) oplossingen voor het vraagstuk. <u>Draagvlak</u> Betreft anderen bij het ontwikkelen van oplossingen. Is (organisatie)sensitief en weet wie betrokken moet worden. Kan keuzes en ideeën feitelijk onderbouwen en is daarmee overtuigend. Weet aan te sluiten bij anderen. Zorgt ervoor dat de oplossing een 'gedragen' oplossing is. Kan een financiële doorrekening maken en op basis daarvan een prognose formuleren. <u>Optimalisatie</u> Is kritisch en durft aanpassingen aan te brengen.</p>	<p>Communicatief Commercieel bewustzijn Creativiteit Kritisch denken Doorzettingsvermogen Samenwerken Aanpassingsvermogen Commercieel bewust - 2 x Leiderschap</p>
<p>REALISEREN <i>De CE'er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiële stakeholders. De CE'er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.</i></p>	<p><u>Impact</u> Kan geheel overzien en aantonen wat positieve effecten zijn van concept. Kan op proces terugkijken en weet wat wel/ niet heeft bijgedragen aan oplossing van het vraagstuk. <u>Leiderschap</u> Kent zichzelf en kan aantonen welke kwaliteiten/ valkuilen hem hebben geholpen/ belemmerd en op welke manier hij/zij hiermee is omgegaan. Is doelbewust en weet mensen te betrekken. <u>Duurzaamheid van de oplossing</u> Heeft goed overzicht en weet wie, wat, waar, wanneer nodig is om resultaat te verkrijgen. Heeft een helicopterview. Is in staat verder te kijken en weet de oplossing toekomstbestendig te maken. Kan verantwoordelijkheid overdragen.</p>	<p>Verantwoordelijkheidsbesef Leiderschap Communicatief Samenwerken</p>