

PLAN VAN AANPAK

INVOEREN VAN EEN ASSOCIATE DEGREE-PROGRAMMA OP INITIATIEF VAN EEN BRANCHE-ORGANISATIE

September 2014

**Landelijk Netwerk Ad
Versie 1**

De opleiding die de graad Associate degree (Ad) oplevert binnen het hoger beroepsonderwijs kan voor veel werkenden een aantrekkelijke optie zijn om de loopbaan verder vorm te geven en in te vullen. Voor werkgevers is het een uitgelezen scholingsinstrument binnen het personeelsbeleid. Medewerkers kunnen gericht werken aan competenties die passen bij een andere functie op een hoger niveau.

Het is een tweejarige opleiding in het hoger beroepsonderwijs, dus overzichtelijk. Hogescholen kunnen in samenspraak met bedrijven zoeken naar de meest flexibele vorm om werken en leren te combineren. Dat vraagt om een concrete vorm van samenwerken, vaak gekoppeld aan de contacten die er toch al zijn.

Maar bij het in de markt zetten van een nieuw Ad-programma kan de invalshoek van een branche heel specifiek zijn, op een wijze die niet meteen aansluit bij de mogelijkheden die een onderwijsinstelling voor zichzelf ziet. Dat houdt in dat het georganiseerde werkveld in de ontwikkelingsfase van de Ad het voortouw kan nemen, om vervolgens in gezamenlijkheid als hbo en bedrijfsleven de stappen te zetten voor de concrete invulling van een Ad. Voor deze situatie is dit stuk bedoeld: een doelgerichte handreiking.

1 Inleiding

In dit stuk wordt op hoofdlijnen beschreven wat de rol kan zijn van werkgeversorganisaties (branches, beroepsverenigingen dan wel andere georganiseerde vertegenwoordigende partijen vanuit het werkveld) bij het ontwikkelen, aanvragen en invoeren van een tweejarig Associate degree-programma binnen het hbo - waarbij het initiatief nadrukkelijk ligt bij die organisatie. Dat wil zeggen dat de organisatie de wens heeft een bepaalde Ad te laten ontwikkelen en deze wil laten aanbieden door een hogeschool, bekostigd en/of privaat. Op voorhand moeten we hier opmerken dat daarvoor een proces dient te worden doorlopen dat al gauw twee jaar vraagt, alvorens de eerste studenten aan de slag kunnen. Dat heeft te maken met formele termijnen en kaders die door de beoordelende instanties worden gebruikt. Maar dan is de kwaliteit zonder meer geborgd.

Het is in ieder geval van belang dat het moet gaan om een goed aangestuurd proces, met een stappenplan dat wordt doorlopen in samenwerking tussen de werkgeversorganisatie en de hogescho(o)l(en) die de Ad gaan aanbieden. Die samenwerking is een duidelijke voorwaarde om de aanvraag goedgekeurd te krijgen en alle aspecten daarvan goed te kunnen onderbouwen. Het is geen vrijblijvend ontwikkeltraject. Er is immers voor alle partijen veel aan gelegen de aanvraag tot een goed einde te brengen en de Ad ook daadwerkelijk in markt te zetten.

2 Betrokken partijen vanuit de overheid

De Ad is een formele kwalificatie binnen het hoger beroepsonderwijs, met een erkende graad die wat betreft de kwaliteit geborgd wordt via een accreditatie door de Nederland-Vlaamse Accreditatie Organisatie (NVAO). Dat houdt in dat de aanvraag van de Ad binnen de wettelijk vastgestelde kaders van de NVAO dient te worden opgesteld, met een format daarvoor. Daarvan kan niet worden afgeweken.

Een belangrijk element is bijvoorbeeld dat de Ad zodanig wordt vormgegeven dat deze past binnen een bestaande hbo-opleiding en dat degene die de Ad-graad heeft verworven vervolgens in twee jaren of iets langer de Bachelor-graad kan behalen. Deze voorwaarde houdt in dat er grenzen zijn aan het invullen van het Ad-programma op basis van de wensen die het werkveld heeft. Het alternatief is: een tweejarige beroepsopleiding die geen graad oplevert en onder geen enkele voorwaarde door de overheid zal worden bekostigd.

Daarnaast moet worden voldaan aan de eis voor de zogenaamde macrodoelmatigheid in het geval de Ad wordt aangeboden door een bekostigde hogeschool. De overheid staat de invoering van Ad's alleen toe als er landelijk respectievelijk regionaal aantoonbaar behoefte is aan zo'n Ad. Dat gebeurt onder meer met een onderbouwde prognose van het aantal beschikbare werkplekken voor jongeren, werkenden en anderen op korte en middellange termijn. Deze eis geldt

niet voor Ad's die worden ontwikkeld en aangeboden door private hogescholen. Zij dragen zelf het risico rond de 'kosten en baten'.

Overigens is het wel zo dat als in een bepaalde regio een private hogeschool een Ad reeds succesvol verzorgt, de overheid niet snel zal overgaan tot het goedkeuren van eenzelfde Ad bij een bekostigde hogeschool. De overheid wil de 'markt' niet verstoren als deze al door de vragers zelf privaat in stand wordt gehouden

Het beoordelen van de macrodoelmatigheid van het Ad-aanbod doet de CDHO, de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs, een zelfstandige en onafhankelijke organisatie. Er is een strak kader waaraan de CDHO zich dient te houden.

3 Tijdpad

Het beoordelen van het aanvraagdossier door de CDHO en na goedkeuring vervolgens door de NVAO kost in principe acht maanden; twee maanden voor de CDHO en zes voor de NVAO.

Daarnaast willen hogescholen graag ruim voor 1 mei, voorafgaand aan de start van het studiejaar, met de werving van voltijdse en duale studenten bezig kunnen zijn. Dit heeft te maken met het feit dat de overheid de aanmelding voor die datum stimuleert in verband met de oriëntatie van nieuwe studenten op hun studie. Voor deeltijdse studenten zal de aanmelding in het algemeen later gebeuren, gelet op het vaak moeten combineren van de studie met het werk, met alle gevolgen van dien voor de planning. Ook dan is een vroege inschrijving handig.

3.1 Opstellen aanvraagdossier

De ervaring leert dat het opstellen van een aanvraagdossier van nul af aan in ieder geval acht maanden tot een jaar in beslag neemt. Uiteraard kan een hogeschool al veel zaken op de plank hebben liggen en is een werkgeversorganisatie wellicht in staat in hoog tempo gegevens aan te leveren. Het is aan te bevelen ruim op tijd te beginnen.

3.2 Het totale proces

Het proces vanaf het allereerste idee tot de daadwerkelijke start met een Ad per 1 september van een bepaald jaar vraagt in het algemeen al gauw 20 maanden: 8 tot 12 maanden ontwikkelen + 8 maanden voor de beoordeling door CDHO en NVAO + 4 maanden tussen 1 mei en 1 september.

3.3 Bij private hogescholen

Aangezien private hogescholen geen beoordeling rond de doelmatigheid van het aanbod hoeven te ondergaan, zich niet aan de aanmeldingstermijn van 1 mei dienen te houden en veelal op meerdere momenten van start kunnen gaan, kan de hierboven genoemde termijn van ruim twintig maanden bij deze aanbieders iets korter zijn. Maar ook dan zal rekening moeten worden gehouden met zo'n anderhalf jaar in totaal.

3.4 Bij lesplaatsen buiten de hogeschoolvestiging

Bekostigde hogescholen kunnen Ad's aanbieden op allerlei plaatsen in Nederland, niet zijnde een formele vestigingsplaats. De beoordeling door de CDHO is dan een heel stuk zwaarder, gelet op nut en noodzaak van een dergelijke Ad. Deze vraagt dan geen twee maar vier maanden. Dat heeft mede te maken met het feit dat Ad-aanbieders in zo'n regio bezwaar kunnen aantekenen tegen het beoogde aanbod door een andere hogeschool.

4 Taakverdeling onderwerpen

Als bij de werkgeversorganisatie de gedachte is ontstaan een Ad te ontwikkelen en daarbij vervolgens een of meer hogescholen heeft gevonden om mee te doen, is er meteen 'werk aan de winkel'.

We geven hier een aantal onderwerpen betreffende de aanvraag van een Ad, met een verdeling van de werkzaamheden over de werkgeversorganisatie en de hogescho(o)l(en). Het is goed om

erbij stil te staan dat – ruwweg gesteld – de verantwoordelijkheid voor het ‘wat’ en daarmee samenhangende zaken vooral bij het werkveld ligt en die voor het ‘hoe’ bij de onderwijsinstelling(en). Op die wijze hebben de werkgevers in voldoende mate hun inbreng bij de invulling van het programma en is het daarnaast mogelijk om met hun expertise samen te werken bij de vormgeving ervan.

Om dit alles tot een goed einde te brengen is vanaf het begin af aan een samenwerking op basis van wederzijds vertrouwen nodig. Daarbij is een werkgroep nodig, onder aansturing van een projectleider die van alle betrokken organisaties het volledige vertrouwen heeft.

4.1 Onderwerpen voor beide partijen

Onderstaand is een lijstje opgenomen met belangrijke onderwerpen, waarbij het aantal kruisjes de mate van verantwoordelijkheid ten aanzien van de inbreng aangeeft.

Onderwerp	Werkveld	Onderwijs
Doelmatigheid landelijk (noodzaak functie / aantallen) / aandragen gegevens / beschikbaar stellen onderzoeken en statistieken / overzicht opstellen voor de hogeschool ter onderbouwing van de door de school aan te tonen relevantie voor de arbeidsmarkt	Xxxx	Xx
Doelmatigheid regionaal (noodzaak functie / aantallen) / aandragen gegevens enz.	Xx	Xx
Inventarisatie contacten vanuit werkveldorganisaties (werkgevers) met mbo- en hbo-instellingen / betrokkenheid bij verzorging van mbo-4 en Bachelor (hbo-vier jaar) / overzicht hiervan	Xxxx	Xx
Aanbod van onderwijs, bekostigd, privaat, kort, lang, en dergelijke door de hogeschool aan werkgevers	X	Xxx
Ontwikkelingen rond de vraag naar medewerkers op het Ad-niveau	Xxxx	Xx
Beroepscompetentieprofielen functies/beroepen op het Ad-niveau (landelijk – mogelijk afgeleid van de Bachelor)	Xxxx	Xx
Idem (regionaal)	Xxx	Xx
Inbedding in de hbo- bachelor-opleiding	X	Xxxx

Bovenstaande zaken dienen in een plan van aanpak met een helder stappenplan en een daarop gebaseerd tijdpad in de beginfase van de ontwikkeling van het aanvraagdossier te worden vastgelegd, met de vermelding van wie op deze onderwerpen aanspreekbaar zijn. Ook moet duidelijk zijn bij dit plan van aanpak dat dit alles in gezamenlijkheid gaat. Dit gebeurt in de wetenschap dat de hogeschool verantwoordelijk is voor het opstellen en indienen van het Ad-dossier voor de CDHO en de NVAO en dat het georganiseerde werkveld nadrukkelijk wordt geacht alle ‘registers’ open te trekken om de benodigde gegevens door de hogeschool te kunnen laten aanleveren. Overigens mag het effect van het ‘elkaar over en weer nog beter leren kennen’ als het gaat om het aanbieden van scholing op hbo-niveau niet worden onderschat, te zien als een meerwaarde van het gaan ontwikkelen van een Ad-programma.

Uiteraard is het mogelijk om voor het plan van aanpak en aanverwante zaken externe partijen in te schakelen, met diverse experts voor het opstellen van aanvragen en deskundigen op de verder genoemde gebieden. Aangezien dat geld zal gaan kosten, is ook duidelijkheid nodig over het budget en wie wat voor z’n rekening neemt. Voor een hogeschool gaat het om een voor-investering uit het instellingsbudget, in de verwachting dat de Ad na de start zal leiden tot een groei in aantallen studenten.

Tevens zult u als werkgeversorganisatie rekening moeten houden met het feit dat dat hogescholen op basis van de Nederlandse wet- en regelgeving autonoom functioneren en derhalve

zelf mogen bepalen of ze al dan niet Ad's aanbieden. Dat is ook het geval als duidelijk is dat daarmee kan worden ingespeeld op een aanwezige vraag in een regio.

Op basis van de regeling voor de doelmatigheid kan vervolgens veelal met hogescholen uit andere regio's tot een afspraak worden gekomen. Deze constructie vraagt veel alertheid ten aanzien van de vormgeving van het programma.

5 Stappenplan

Hier wordt een stappenplan gegeven, nadrukkelijk beschreven vanuit de werkgeversorganisatie die het voortouw neemt en gedurende het gehele proces bij alle stappen in meer of mindere mate betrokken is. Het is een schema dat niet dwingend is. Het geeft een beeld van waar rekening mee moet worden gehouden bij de ontwikkeling van een Ad. Het moet branches ook niet afschrikken, gelet op de benodigde tijd en de formele kaders om uitgebreide dossiers op te stellen. Bovendien staat het samenwerken voorop; hogescholen kunnen niet alles maar even overlaten aan een branche.

Fase 1: Ontwikkelen gedachten rond de Ad en inventarisatie

Het initiatief ligt in dit geval voor de Ad bij het werkveld, bij een branche (of een beroepsorganisatie dan wel een andere georganiseerde vertegenwoordiging van een bepaalde arbeidsmarkt-sector). Dat wil zeggen dat er op een gegeven moment signalen vanuit de achterban komen, vanuit werkgevers, bedrijven, regionale kringen en andere georganiseerde netwerken over de mogelijkheid om een Ad te gaan invoeren. Signalen zijn onder meer de noodzaak aan dan wel de reeds aanwezigheid van functies op dat niveau in combinatie met een mogelijk sterke groei van een gerichte (scholings)behoefte voor degenen die deze functies kunnen bekleden.

Het ligt voor de hand dat deze aanwijzingen worden ingebracht bij het bestuur van de branche of een ander gremium dat de juiste 'voelhorens' heeft om dergelijke signalen op te vangen. Het is in ieder geval aan te bevelen om, als er al sprake is van een structurele samenwerking met onderwijsaanbieders rond de scholing binnen de branche, een dergelijk 'platform' te hebben. Dat kan functioneren als een duidelijk meldpunt voor allerlei ontwikkelingen.

Het gaat er om dat er signalen komen over het willen hebben van een Ad ter aanvulling van, binnen het geheel aan scholingstrajecten waarbij de branche (landelijk) is betrokken. Ad's kunnen ook in regionaal verband worden ontwikkeld. Maar als er in allerlei verschillende regio's van ons land een beweging start, zal de branche moeten zorgen voor een vorm van landelijke coördinatie.

Overigens kan het zo zijn dat er binnen de branche al een Ad wordt aangeboden. Het aanbod daarvan kan redelijk dekkend voor het land zijn. Mogelijk gaan vervolgens de gedachten uit naar het aanbieden ervan op meerdere plekken in andere vormen en varianten.

In dat geval kan met de hogescholen die de Ad al aanbieden, worden overlegd over deze uitbreiding. In dit plan van aanpak wordt hierop niet verder ingegaan. Mochten evenwel problemen optreden, is het verstandig contact op te nemen met het secretariaat van het Landelijk Netwerk Ad: Leido (info@leido.nl), om te bezien hoe verder te handelen.

Als naast de bestaande Ad een nieuwe wordt gewenst, is er sprake van een situatie waarbij in het verleden ervaring met de ontwikkeling, aanvraag en invoering is opgedaan. Dat kan het gehele proces enigszins versnellen. Toch moet met minimaal 18 tot 20 maanden doorlooptijd rekening worden gehouden.

Tijdpad: > 20 maanden voor start Ad

Fase 2: Overleg intern en extern werkveld

Als blijkt uit signalen en/of uit een eigen onderzoek binnen de branche dat de Ad past binnen het 'scholingspalet', naast de formele opleidingen mbo-4 en hbo-bachelor, is het noodzakelijk om

intern af te stemmen over het kunnen en willen gaan starten van het proces om een Ad te ontwikkelen. Dan wordt nagegaan wat het draagvlak landelijk en regionaal is, op welke schaal er behoefte is en welke mogelijkheden er zijn om dit alles te ondersteunen.

Daarnaast ligt het voor de hand om overleg te voeren met andere, inhoudelijk verwante branches die mogelijk al een Ad 'bezitten'. Zeker als wordt gedacht aan Ad's die meerdere sectoren van het werkveld betreffen, is afstemming zonder meer interessant. Ook kunnen ervaringen rond de aanvraag van de Ad worden gedeeld.

Het resultaat van deze fase is dat de branche er zeker van is dat het ontwikkelen van een Ad zinvol is en dat er voldoende slagkracht binnen de eigen organisatie is om te participeren in het proces gedurende een periode van zo'n twee jaar (en in de jaren daarna om de Ad up-to-date te houden).

Dus: Welke branches zijn verwant met de eigen organisatie en lenen zich voor overleg en afstemming over zaken als:

1. beleid binnen en eventueel buiten de branches
2. het al dan niet hebben van Ad's
3. uitwisselen van ervaringen.

Opmerking 1:

In deze fase is het raadzaam overleg te voeren met een externe partij over de werkzaamheden die het verder ontwikkelen van een Ad met zich meebrengt, om te voorkomen dat pas in een van de volgende fases duidelijk wordt dat het geen haalbare kaart is. Deze externe partij kan via eigen kanalen worden geworven. Maar het is ook mogelijk dit verzoek uit te zetten via het secretariaat van het Landelijk Netwerk Ad (info@leido.nl).

In het overleg komen zaken aan de orde als:

- Beschrijven van de kaders die relevant zijn voor de aanvraag en de rol van de branche;
- Welke inzet vanuit de branche noodzakelijk is en wat dat betekent in tijd, geld en energie;
- Welke kanalen het beste kunnen worden gebruikt om het proces zo effectief mogelijk te kunnen doorlopen;
- Welke informatie reeds bruikbaar is voor deze aanvraag.

Het overleg dient in principe uit te monden in een advies aan de branche.

Opmerking 2:

Er bestaat onderhand al veel literatuur over de Ad. Alles bijhouden is erg lastig, maar als het eerste idee voor een Ad opduikt, is het aan te raden in ieder geval de ontwikkelingen rond de Ad in de gaten te houden.

Websites waar informatie over de Ad is te vinden zijn onder meer: www.deassociatedegree.nl en www.leidoacademy.nl.

Daarnaast komt de Ad langzamerhand steeds meer in beeld bij het beleid van de overheid, gemeentes, provincies en andere organisaties ten aanzien van het scholen van jongeren, werkenden, werkzoekenden en andere groepen die bij het bereiken van een hoger opleidingsniveau gebaat zijn. Het is raadzaam om als branche op een of andere wijze daarbij aan te haken.

Tijdpad: > 20 maanden voor start Ad

Fase 3: Oriëntatie op mogelijkheden voor een Ad, binnen het scholingsaanbod

Er is dus sprake van een aanwijsbare behoefte aan een Ad-programma voor de branche. Voor de onderbouwing van de aanvraag qua doelmatigheid is het noodzakelijk aan te tonen dat er functies op het niveau van de Ad zijn en dat daarvoor een gerichte formele scholing op een of andere wijze vereist is. Dat kan onder andere worden aangetoond door te laten zien dat in deze

fase werkenden op mbo-niveau dienen te worden opgeschoold en/of Bachelors onder hun niveau worden aangetrokken.

In deze fase worden met inbreng vanuit de branche twee overzichten opgesteld.

1 Beroepscompetentieprofielen voor dit niveau

In de eerste twee fases is ingespeeld op de ontwikkelingen rond functies op het niveau waarop de Ad zich bevindt. Daarbij zijn ongetwijfeld functiebeschrijvingen naar voren gekomen binnen de functiehuizen van allerlei bedrijven en organisaties.

In deze fase is het tijd om over te gaan tot het verzamelen van functieprofielen en beschrijvingen van de bijbehorende competenties (kennis, houding, vaardigheden) – de beroepscompetentieprofielen. Deze zijn in het algemeen beschikbaar via HRM-afdelingen, zeker bij grotere bedrijven. De hogeschool kan hiervoor het eigen netwerk benutten, met steun van de branche.

Ook kan uiteraard gebruik worden gemaakt, in voorkomend geval, van gegevens van bestaande en verwante Ad-programma's.

Daarnaast zijn er beroepscompetentieprofielen voor de bijbehorende Bachelor. Op basis hiervan kan worden gezien wat noodzakelijk is voor een (stam)programma van de te ontwikkelen Ad,

2 Huidige scholing richting het niveau

Het is van wezenlijk belang een overzicht op te stellen waarin de huidige scholingsmogelijkheden voor werkenden binnen de branche op een rijtje staan. Het gaat om onderwijs op de niveaus mbo-4 en hbo-bachelor alsmede de mogelijke scholing die werkenden nu volgen in een niet-formele setting (niet door de overheid erkende opleidingen, privaat te verzorgen) om de Ad-functies te gaan invullen. Het gaat dus om het beschrijven wat er gebeurt zonder dat er een Ad is.

In dit tweede overzicht kan het gaan om het melding maken vanuit de branche van:

- Formele (erkende) opleidingen: welke, met welke hogescholen, welke varianten
- Niet-formele scholing (privaat): welke, met welke aanbieders, in welke mate en frequentie, enz.
- Gebruikmaking van andere vormen van scholing, erkenning van verworven competenties (EVC), e.d.
- Gebruik van O&O-fondsen en andere mogelijkheden om scholing te ondersteunen
- Overige zaken die van belang kunnen zijn.

Analyse

Deze twee overzichten bieden een analyse van de kwantitatieve en kwalitatieve noodzaak om tot de invoering van een Ad over te gaan.

Er wordt aanbevolen een externe partij te vragen deze analyse te maken (kan eventueel via het LN-Ad), en deze op een landelijke bijeenkomst te bespreken. Aan te raden valt daarbij leden van de zogenaamde beroepenveldcommissies of werkveldadviesraden van hbo-opleidingen te laten aanschuiven. Het betreft de degenen die op regionaal niveau betrokken zijn bij het adviseren van het management van de relevante hbo-opleidingen.

Aan het eind van deze fase dient het rapport te worden bekrachtigd door het bestuur van de branche dan wel partijen die verantwoordelijk zijn voor de scholing.

Tijdspad: > 20 maanden voor start Ad

Fase 4: Overleg met onderwijsinstellingen

Uit fase 3 blijkt de behoefte aan een Ad en wordt duidelijk dat er mogelijkheden zijn om deze met succes te kunnen onderbouwen. Via de contacten met de hbo-opleidingen (adviesraden, stage-bedrijven, afstudeerorganisaties en dergelijke) kan een lijstje worden gemaakt met instellingen,

bekostigd en/of privaat) die zich lenen voor het aanvragen van de Ad. Daarbij is het handig een van de instellingen op een later moment te vragen als projectleider namens het hbo op te treden.

In dit stadium moet een aantal bindende afspraken worden gemaakt, als basis voor de volgende procesfase met een heldere taakverdeling.

Hierbij een aantal te bespreken onderwerpen:

- Vaststellen algemeen beleid rond het aanvragen van een Ad, denkend aan zaken als locatie, aansluiting 4-jarig hbo, doelgroepen enz. – gelet op de kaders die de NVAO hanteert voor de aanvraag
- Vorm en variant
- Regionale invulling
- Aantal instellingen
- Bekostigd en/of privaat.

Het gaat vooral om zaken die van belang zijn voor de branche. Bij het verder ontwikkelen van een Ad zijn er kaders, wettelijke regelingen en dergelijke – en derhalve is het nodig duidelijk aan te geven wat de eigen wensen zijn en hoe de onderwijsinstellingen daarop willen en kunnen inspelen. De branche kan hierbij nadrukkelijk vaststellen met wie zij in zee wil gaan.

Aan het eind van deze fase bestaat er duidelijkheid over de gewenste Ad en welke onderwijsinstellingen aanschuiven bij een werkgroep. Een aantal afspraken voor de volgende fase staat op papier, goedgekeurd door de besturen (CvB's) van de onderwijsinstellingen.

Tijdpad: 20 maanden voor start Ad

Fase 5: Plan van aanpak

Deze fase betreft het instellen van een werkgroep en het opstellen van een plan van aanpak.

Werkgroep

Na fase 4 is het tijd voor het instellen van een landelijke werkgroep, met mandaat van alle betrokkenen (bestuurlijk) voor de komende 20 maanden. Een samenstelling ervan kan zijn:

- Voorzitter (onafhankelijk eventueel)
- Leden namens de branche
- Leden namens de opleidingen van de hogescholen
- Mogelijk externe adviseur (begeleiden, opstellen van aanvragen, leiden van onderzoeken).

Het betreft een groep die in formele zin namens de branche en de hogescholen wordt ingesteld om met de aanvraag aan de slag te gaan. Daar wordt de opdracht belegd. Deze groep kan met de NVAO, de CDHO en andere partijen contact leggen. Overigens is het natuurlijk altijd de hogeschool die formeel de aanvraag moet doen. Maar er moet zeker voortdurend vanuit de branche sprake zijn van een inhoudelijke inbreng.

De werkgroep gaat in principe aan de slag met gesloten beurzen, voor overleggen, bijeenkomsten etc. Als een externe adviseur wordt aangetrokken, worden over de betaling daarvan sluitende afspraken gemaakt.

Een optie is om daarnaast een klankbordgroep in te stellen met een aantal mensen die kunnen meedenken bij bepaalde zaken en ontwikkelingen. Daarbij kan worden gedacht aan materie-deskundigen uit de volgende hoeken:

- beroepenveldcommissies van hogescholen
- regionale branche-overleggen (waar de bekostigde hogescholen gevestigd zijn).

Plan van aanpak

De werkgroep gaat vervolgens aan de slag met het opstellen van een plan van aanpak. Leidend daarbij zijn onder meer de kaders die CDHO en NVAO hanteren voor de aanvraag van een Ad.

Handboeken

Vanaf 2015 zijn 'handboeken' beschikbaar voor de aanvraag van een Ad, opgesteld binnen het Landelijk Netwerk Ad. Deze kunnen uiteraard worden gebruikt.

Tijdpad: iets minder dan 20 maanden voor start Ad

Fase 6: Opstellen van een aanvraagdossier (doelmatigheid en accreditatie)

Op basis van het plan van aanpak wordt gewerkt aan het dossier voor de aanvraag. Daarvoor zal in het algemeen een kleine schrijfgroep uit het midden van de werkgroep worden ingezet, eventueel met ondersteuning van een externe expert.

Er dient in deze fase rekening te worden gehouden met inzet van beide kanten: het werkveld en het onderwijs. Er zullen regelmatig bijeenkomsten moeten zijn waarbij de stand van zaken wordt besproken. Dat geldt niet alleen voor de werkgroep en de eventuele klankbordgroep, maar ook voor andere partijen om 'bewijsvoering' te verzamelen voor de arbeidsmarktrelevantie van de Ad.

Opmerking:

Als meerdere hogescholen bij de aanvragen zijn betrokken, dienen zij een eigen aanvraag in te dienen. CDHO en NVAO kunnen verschillende oordelen vellen over de aanvraagdossiers.

Tijdpad: van 20 tot 12 maanden voor start Ad

Fase 7: Opstellen van regelingen rond samenwerking bij uitvoering

Naast alle formele zaken die in de aanvraag dienen te worden geregeld, is het van belang om in deze fase als vertegenwoordigers van het werkveld en onderwijs afspraken te maken over de samenwerking die nodig is bij het daadwerkelijk aanbieden van de desbetreffende Ad.

- Bij voltijdse Ad's gaat het om zaken als stages, praktijkplaatsen, afstudeeropdrachten etc.
- Bij deeltijdse Ad's zal een relevante werkkring nodig zijn voor allerlei onderdelen ervan, in combinatie met werkplekbegeleiders, studiebegeleiders en contactpersonen voor de opleiding.
- In het geval van een duale Ad gaat het om een combinatie van werken en leren op basis van een tripartite overeenkomst tussen hogeschool, student-werknemer en werkgever, met sluitende afspraken over de wijze waarop de student-werknemer de studie kan doorlopen.

Rechten en plichten over en weer

Voor een deeltijdse en/of duale Ad waarbij wordt uitgegaan van werkplekleren, dus een vorm van het combineren van werken en leren, is het noodzakelijk de rechten en plichten over en weer vast te leggen in convenanten en daaraan gekoppelde arrangementen – vertaald in een zgn. onderwijs- en examenregeling voor de opleiding. Er wordt ten sterkste aangeraden als branche deze stukken te beoordelen en goed te keuren, met een stevige rol daarbij voor de beroepenveldcommissie van de desbetreffende hbo-opleiding.

Instroomregelingen

Een belangrijk element van een Ad voor werkenden is het vaststellen van de mogelijkheden die er zijn op basis van de wet- en regelgeving voor formele en erkende opleidingen, om werkenden in aanmerking te laten komen voor dit scholingstraject – denkend aan formele toelatingseisen.

Het kan ook gaan om zij-instroom op basis van vrijstellingen, hetgeen een verantwoordelijkheid is van de examencommissie van de opleiding en vaak een zware procedure met zich meebrengt vanwege de kwaliteitseisen.

Ondersteuning vanuit werkgever

Van de kant van de branche moet helder zijn welke ondersteuningsmogelijkheden er zijn om werkenden de studie te laten volgen.

Werving

Ook kunnen afspraken tussen branche en instellingen worden gemaakt over de kanalen waarlangs de werving van studenten zal plaatsvinden, en welke middelen daarvoor zijn in te zetten.

Tijdpad: van 16 tot 12 maanden voor start Ad

Fase 8: Indienen aanvraagdossier

Het dossier dient door de hogeschool te worden ingediend, zowel bij de CDHO als de NVAO, met een aanbiedingsbrief van het CvB van de hogeschool. Er is verder geen verklaring nodig van de desbetreffende branche, los van hetgeen in het dossier is opgenomen. Uiteraard ontvangt de branche een exemplaar van het dossier (digitaal en op papier).

Opmerking 1:

In het geval van een private hogeschool hoeft er geen beoordeling door de CDHO plaats te vinden. Het is echter van groot belang dat wanneer de branche tegelijkertijd in zee is gegaan met een of meer hogescholen (zowel uit de bekostigde als de private sector) in de dossiers van elke instelling zeer scherp aan te geven hoe daarmee wordt omgegaan, en hoe dus de markt voor deze Ad zal worden verdeeld.

Opmerking 2:

Indien de CDHO zich niet hoeft te buigen over de doelmatigheid van de aanvraag, is in theorie een kortere doorlooptijd van het beoordelingsproces mogelijk, zo'n twee maanden minder. Ook is het zo dat een private aanbieder sneller na een goedkeuring door de overheid met het aanbieden van de Ad de slag kan gaan. In het geval de branche met meerdere soorten hogescholen de Ad ontwikkelt, zullen over de concrete invoering goede afspraken moeten worden gemaakt.

Tijdpad: van 13 tot 12 maanden voor start Ad

Fase 9: Beoordeling CDHO en NVAO

De CDHO gaat het eerst aan de slag met de aanvraag (twee maanden) om te zien of het doelmatig is om tot het aanbieden van een (bekostigde) Ad over te gaan. Is het advies van de CDHO positief, dan is het de beurt aan de NVAO.

Het is mogelijk dat de NVAO om aanvullende gegevens vraagt, als daarmee een bepaalde onderbouwing mogelijk is – zonder dat dit veel extra tijd en onderzoek vraagt. Daarom is het van belang dat de werkgroep ook in deze fase beschikbaar is.

Ook lijkt het de aanpak van de NVAO erop gericht te zijn om gedurende het beoordelingsproces de hogeschool te vragen voor een overleg, om nader inzicht te krijgen in achterliggende redenen. Het ligt voor de hand dat daarbij het werkveld aanwezig is om de eigen motieven toe lichten.

Tijdpad: 12 tot 4 maanden voor start Ad

Fase 10: Werving van studenten, finale fase

Als duidelijk is wat de NVAO heeft besloten en met de Ad mag worden gestart, kan tot een daadwerkelijke werving van studenten worden overgegaan. De branche speelt daarbij een coör-

dinerende rol als het gaat om het (weer) benaderen van bedrijven door de hogeschool, en eventueel bij het maken van arrangementen waarbinnen de werkenden aan de slag kunnen met de studie.

Opmerking 1:

Het kan best zijn dat in goed overleg wordt besloten al eerder te beginnen met werven, wetende dat dit veel tijd vergt – in de hoop dat het besluit van de NVAO positief is. Dit is een voorzichtige poging tot het bezien van de mogelijkheden om studenten te werven.

Opmerking 2:

In de fase van het opstellen van het aanvraagdossier is uiteraard gekeken naar de behoefte aan mensen met het Ad-niveau, direct vanuit de hogeschool instromend dan wel binnen het werkveld om op te scholen. Die inventarisatie is de basis voor de daadwerkelijke werving. Maar, gelet op alle dynamiek in onze economie, de veranderende behoefte aan scholing en aangepaste regelingen voor werkenden, is de actuele situatie leidend.

Tijdpad: 6 - 3 maanden voor start Ad

Fase 11: Go of no-go

Gelet op het feit dat een hogeschool voldoende tijd dient te hebben voor het opstarten van de Ad is het cruciaal om een formeel moment vast te leggen waarbij van beide kanten een inschatting wordt gemaakt van het aantal personen dat daadwerkelijk gaat studeren. Daarbij speelt onder andere de inbedding van het Ad-programma in de hbo-opleiding een rol (schaalvoordeel bij het aanbieden van modules). Maar zeker bij de eerste keer zal de hogeschool over voldoende instroom dienen te beschikken om alles op termijn 'rendabel' te laten zijn.

Tijdpad: 3 maanden voor start Ad

Fase 12: Start Ad

Als alles geregeld is, de stukken naar ieders tevredenheid zijn opgesteld, de studenten zijn ingeschreven en alle organisatorische zaken op de rails zijn gezet... is het gewoon een kwestie van starten. En vergeet als branche niet aan deze gebeurtenis aandacht te besteden met alle communicatiemiddelen die er zijn...

Tijdpad: 0 maanden voor start Ad

6 Na de start

Als de Ad van start is gegaan, is pas het eerste werk achter de rug... Het is van belang om ook de volgende jaren de Ad in de lucht te houden, met voldoende instroom (uit de eigen branche, met anderen uit het werkveld, met zij-instromers en anderen), door de periodieke borging van de kwaliteit (meewerken aan accreditaties van de opleiding en via het actualiseren van het programma).

Als het concept werkplek-leren wordt gebruikt, is het zaak om de bedrijven binnen de branche bij de les te houden en te wijzen op hun verplichtingen ten aanzien van dit scholingstraject (als een soort visitekaartje).

En mogelijk moeten er vervolgens meer hogescholen gaan meedoen, regionaal en met gebruikmaking van bepaalde werkvormen...

Het voorstel is als branche samen met de betrokken hogescholen een platform in te richten, wat in andere landen een 'sector skills council' wordt genoemd. De SSC kan vanuit de branche wor-

den ingevuld met landelijke experts en leden van de beroepenveldcommissies (die de Ad als zodanig in hun portefeuille hebben). Een SSC kan periodiek bij elkaar komen, om de ontwikkelingen te volgen en waar nodig voorstellen voor aanpassingen te doen.

Kortom, een Ad in de markt zetten en houden, betekent een investering voor de langere termijn. Maar het is de moeite waard, als daarmee de juiste mensen op de juiste plekken in het werkveld aan de slag zijn, met de juiste kwalificaties.

AANVRAAG VAN EEN ASSOCIATE DEGREE – op initiatief van de branche

Als u als branche een Ad wilt laten ontwikkelen, dan zijn daar uitstekende mogelijkheden voor. Dat betekent het samen optrekken met een of meer bekostigde en/of private hogescholen. Het is een behoorlijke uitdaging, gelet op de fases die dienen te worden doorlopen in de anderhalf tot twee jaar voordat de eerste studenten met de Ad kunnen beginnen. Het is evenwel de moeite waard, alle energie die hiervoor nodig is.

Bij dit proces wordt onder meer van u verwacht dat in samenspraak met de school gegevens worden angeleverd ter onderbouwing van de doelmatigheid van het landelijke en/of regionale aanbod (kwantitatief / kwalitatief). Ook draagt u bij aan het aantonen van de relevantie van de Ad voor de arbeidsmarkt, nu en de komende jaren (functies, beroepsprofielen, functiehuizen e.d.).

De aanvraag geschiedt door een hogeschool aan de hand van een aantal strikt formele kaders, om ervoor te zorgen dat de Ad aansluit bij een bestaande hbo-opleiding en bij de eisen die aan de kwaliteit van het onderwijs worden gesteld. In het plan van aanpak om te komen tot een Ad-dossier wordt de rol van uw branche duidelijk opgenomen, gelet op de vastgestelde criteria.

Hieronder schetsen we kort de fases van een plan van aanpak, met suggesties als blijkt dat nadere informatie is gewenst (naast de inbreng vanuit de hogeschool). Het tijdspad is indicatief, met zeker mogelijkheden voor versnellingen in de eerste fases.

Fase	Onderwerp	Maanden tot de Ad	Suggestie
1	Inventariseren behoefte aan een Ad / kijken naar ontwikkelingen in de branche / bezien niveaus binnen functiehuizen.	> 20	Probeer op structurele wijze signalen en gegevens binnen de organisatie te inventariseren, die wijzen op de nut en noodzaak van de Ad (relevantie functies binnen de arbeidsmarkt).
2	Verzamelen uitkomsten van die inventarisatie, intern en extern analyseren en bespreken.	> 20	Ga na (evt. met externe ondersteuning) wat het aanvragen van een Ad aan inzet van de branche vraagt / kijk hoe een Ad past in het huidige scholingsaanbod, ook bij verwante werkveldsectoren.
3	Inventariseren type Ad functies/ bijhorende beroepsprofielen/ lijst niet-erkende (private) scholing die daarvoor al aanwezig is/ analyse aantal medewerkers op Ad-niveau, nu en op (korte) termijn..	> 20	Om het ontwikkelingsproces te kunnen starten dient er een rapport te liggen met huidige en mogelijk toekomstige functies op dit niveau en over de wijze waarop werknemers nu – zonder Ad - worden (op)geschoold. Dat maakt duidelijk waar de Ad een plek kan krijgen.
4	Overleggen met hogescholen over het samenwerken rond de Ad-aanvraag/ instellen werkgroep.	20	In deze fase moeten er formele afspraken komen voor de ontwikkeling van de Ad en over hoe deze, gelet op het werkveld, kunnen worden vormgegeven / deze afspraken worden wederzijds bekrachtigd.
5	Opstellen plan van aanpak.	20 - 19	Leg alle afspraken vast in een plan van aanpak, met een heldere inzet van alle betrokken partijen.
6	Opstellen aanvraagdossiers CDHO en NVAO aan de hand van formats met toelichtingen.	20 - 12	Zorg ervoor dat voor deze periode van beide kanten genoeg tijd en ruimte is om deze formele dossiers op de juiste wijze vorm te geven.
7	Opstellen regelingen voor aanbod, vorm en instroom.	16 – 12	Ga na welke regelingen gelden voor aankomende studenten / hoe te studeren met ondersteuning van werkgevers / welke groepen werkenden in aanmerking komen, enz.
8	Indienen aanvraagdossiers bij CDHO en vervolgens NVAO.	13 – 10	De onderwijsinstellingen dienen de aanvraag te doen. De branche zorgt voor bepaalde bijlagen.
9	Beoordeling doelmatigheid (CDHO) en kwaliteit (NVAO).	12 – 4	Afwachten dus. Mogelijk dat aanvullende vragen worden gesteld, dus wel paraat blijven.
10	Concrete werving studenten.	6 – 3	Naast de eerdere inventarisatie van mogelijke aantallen studenten (zie fase 7) moet in deze fase, mede gelet op studie-opties, de concrete werving plaatsvinden.
11	Go of no-go besluit, samen te nemen.	3	Op basis van het aantal inschrijvingen en andere zaken wordt in goed overleg besloten om wel/niet te starten met de Ad - en wat verder te doen.
12	Start van de Ad.	0	Vanaf dit moment structureel blijven samenwerken met de aanbieders van de Ad.

PRAKTISCHE INFORMATIE

Hier wordt een aantal gegevens verstrekt met betrekking tot de organisaties die in het stuk worden genoemd, alsmede een aantal relevante websites.

Organisaties

De volgende organisaties zijn betrokken bij de aanvraag van een Ad-programma.

Doelmatigheid

Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (CDHO)

- Adres: Parklaan 24, 2514 JK, Den Haag
- Telefoonnummer: 070 - 8505300
- E-mail: info@cdho.nl
- Website: www.cdho.nl
- Formulieren: Op deze website, in de rechterkolom

Accreditatie

Nederlands-Vlaamse Accreditatie Organisatie (NVAO)

- Adres: Parklaan 28. 2514 JK, Den Haag
- Telefoonnummer: 070 - 3122300
- E-mail: Ad@nvaonet.nl
- Website: www.nvaonet.nl
- Kaders aanvraag: Op deze website, bij www.nvaonet.nl/boekingskaders .

Websites

Op onderstaande websites is informatie over de Ad en de genoemde processen te vinden.

- www.deassociatedegree.nl - Algemene website over de Associate degree
- www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/hoger-onderwijs/vraag-en-antwoord/wat-zijn-de-bachelor-master-en-associate-degree-in-het-hoger-onderwijs.html -
- www.leidoacademy.nl - OCW-website over het hbo, en de Ad
- www.nlqf.nl - Leido is o.a. betrokken bij de uitrol van de Ad
- www.studiekeuze123.nl - Informatie over het onderwijsraamwerk in ons land
- www.startstudereren.nl - Algemene website over het hbo (Ad en Bachelor) en wo. Hier is ook de Ad terug te vinden.

Adviezen

Het is mogelijk om nadere informatie over de Ad te verkrijgen dan wel advies te vragen over mogelijke ondersteuning bij het aanvragen van een Ad. Hierbij een tweetal mogelijkheden:

- Via het Landelijk Platform Ad, een e-mail naar: info@deassociatedegree.nl t.a.v. Karina Visscher
- Via de Leido Academy, een e-mail naar: info@leido.nl t.a.v. Hans Daale.