

Domeinprofiel

Associate degree Commerce

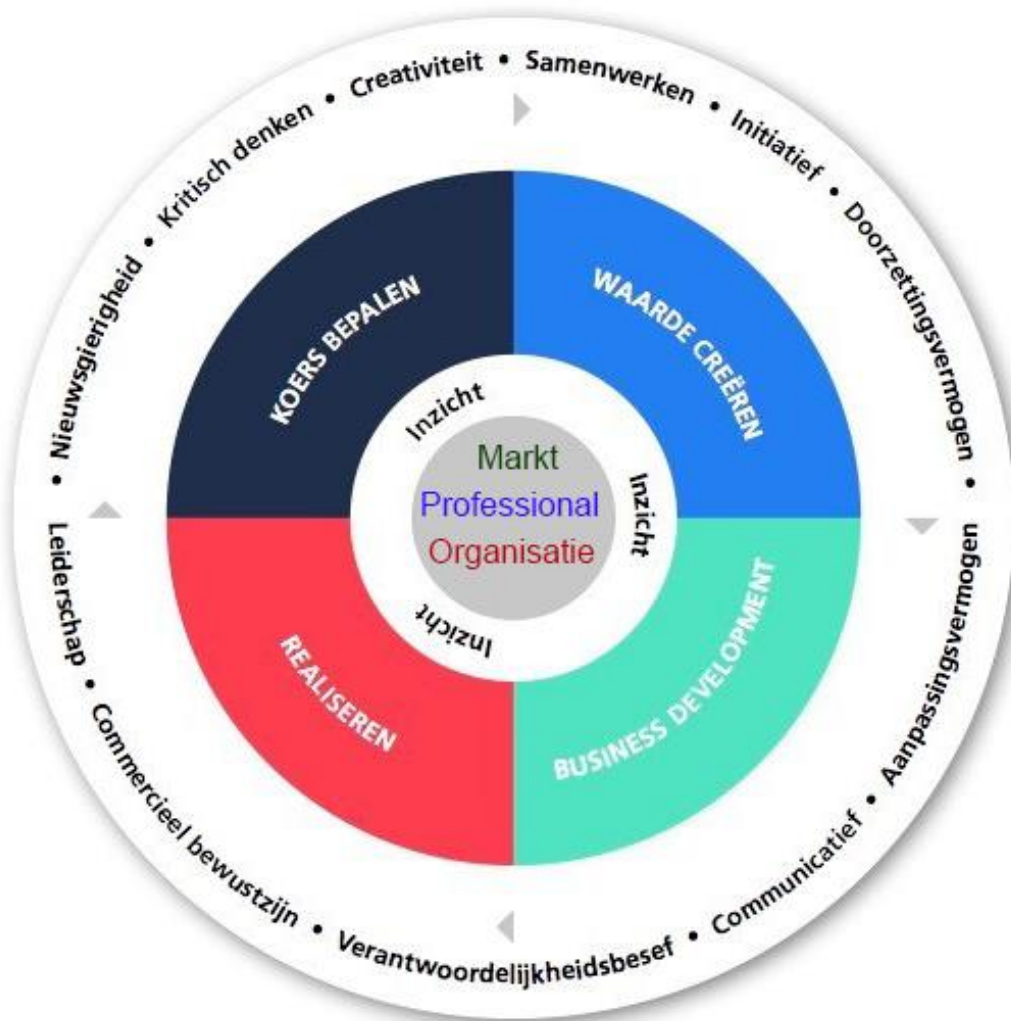
Door te doen, gebeurt het

Ad-opleidingen:
Ad Commerciële Economie
Ad Commercieel Management
Ad Online Marketing & Sales
Ad Sales- en Accountmanagement
Ad Marketing Management



*Landelijk Opleidingsoverleg
Associate degree Commerce*

2021-2025



Colofon

Landelijk Domeinprofiel Associate degree Commerce

Croho titel	Commerce (Commerciële Economie)
Croho nummers Associate degree-opleidingen	83103 80135 80036 80096 80103 80126
Titel Domeinprofiel	Door te <u>doen, gebeurt</u> het
Datum van aanlevering	Januari 2021 vastgesteld door het SAC en opgenomen in de profielenbank van Verenigde Hogescholen. Najaar 2020 vastgesteld door de leden van het Landelijk Opleidingsoverleg Ad Commerce. Vervolgens aangeboden aan het Platform Associate degrees van de Verenigde Hogescholen
Ingangsdatum	1 januari 2021. Looptijd van dit Landelijk Domeinprofiel bedraagt t/m studiejaar 2024-2025
Opleidingsoverleg/domeinoverleg	Landelijk Opleidingsoverleg Ad Commerce (LOO Ad Commerce)
Contactpersonen	Voorzitter LOO Ad Commerce: Annemarie van Alphen annemarie.vanalphen@fontys.nl
Projectleden:	<i>Avans Ad-Academy:</i> Eric Zetz ean.zetz@avans.nl Erna Swaans bem.swaans@avans.nl <i>Windesheim Flevoland:</i> Aida Montakab a.montakab@windesheimflevoland.nl Conny Dekker ca.dekker-kos@windesheimflevoland.nl <i>Hogeschool Arnhem Nijmegen:</i> Jacintha Bonsma-Haarlemmer Jacintha.Bonsma@han.nl <i>NHLStenden:</i> Jannie Keen jannie.keen@stenden.com <i>ZUYD Hogeschool:</i> Laurens Schumacher laurens.schumacher@zuyd.nl Erwin Spijkers erwin.spijkers@zuyd.nl

Rotterdam Academy:

Meike van Prooijen m.r.van.prooijen@hr.nl

Gert-Jan Pap g.pap@hr.nl

Hogeschool Utrecht:

Jean Hendriks jean.hendriks@HU.nl

Susanne Last susanne.last@HU.nl

Fontys Hogescholen:

Angelique van Vucht a.vanvucht@fontys.nl

Annemarie van Alphen

annemarie.vanalphen@fontys.nl

Externe validatie

Instemming van alle werkvelden van de Ad Commerce-opleidingen (*afgerond in periode mei-nov. 2019*)

Betrokken Hogescholen

Alle (bekostigde) Associate degree-opleidingen
Commerce in Nederland:

Hogeschool Arnhem Nijmegen

Avans Ad Academy

Fontys Hogescholen

Rotterdam Academy

Hogeschool Windesheim Flevoland

ZUYD Hogeschool

NHL Stenden

Hogeschool Utrecht.

Inhoud

Voorwoord.....	6
1. Inleiding.....	7
2. Korte schets van de Ad-er Commerce.....	11
Wendbaar in een commerciële context.....	11
Functies Ad-er Commerce	11
Onderwerpen en beroepsproducten Ad-er Commerce.....	12
Ontwikkelingen en trends.....	14
3. Landelijk Domeinprofiel Associate degree Commerce	16
Inleiding.....	16
Leeropbrengsten Ad Commerce	17
INZICHT.....	17
KOERS BEPALEN.....	19
WAARDE CREËREN	19
BUSINESS DEVELOPMENT	20
REALISEREN	21
SKILLS.....	21
4. Verantwoording nationale en internationale kaders.....	23
Heo-standaard.....	23
NLQF en Dublin descriptoren	23
NAWOORD.....	26
BRONNENLIJST.....	27
BIJLAGE 1 Niveau 5 Associate degree.....	28
Basisvisie.....	28
Beschrijving niveau 5 Associate degree	29
ZelCom model.....	30
De Ad in perspectief: de vergelijkingstrap	32
BIJLAGE 2 21st Century Skills.....	33
BIJLAGE 3 LANDELIJK OPLEIDINGSPROFIEL BACHELOR CE.....	34
BIJLAGE 4 VOORBEELD SKILLS BEOORDELING.....	35
BIJLAGE 5 GECONSULTEERDE WERKVELDRELATIES LANDELIJK DOMEINPROFIEL AD COMMERCE.....	39

Voorwoord

Voor u ligt het Landelijk Domeinprofiel voor de Associate Degree Commerce, getiteld 'Door te doen, gebeurt het'. Dit document is tot stand gekomen door een intensieve samenwerking tussen vertegenwoordigers van alle bekostigde Ad-opleidingen binnen het domein Commerce, verzameld in het Landelijk Opleidingsoverleg Ad Commerce.

Aangezien er binnen het domein Commerce diverse Ad-opleidingen actief zijn, is bewust gekozen om dit domeinprofiel binnen het gezamenlijk domein van Commerce te benoemen. Het betreft dus een breed Domeinprofiel. Alle betrokken opleidingen herkennen zich in dat domein, ondanks verschillende benamingen van de betreffende eigen Ad-opleiding. Binnen het domein worden onder meer de Ad-opleidingen Commerciële Economie, Commercieel Management, (online) Marketing & sales, Sales- en Accountmanagement en Marketing Management aangeboden. Alle genoemde opleidingen committeren zich aan dit Domeinprofiel.

Op de eerste landelijke Ad-dag (8 november 2018) georganiseerd door het Platform Associate Degree van de Verenigde Hogescholen, is door de Minister van OC&W aangegeven dat zij het toejuicht dat er landelijke opleidings- of domeinprofielen voor de diverse Ad-opleidingen zouden ontstaan. Met deze opmerkingen in het achterhoofd hebben de leden van het Landelijk Opleidingsoverleg het initiatief genomen om tot een Landelijk Domeinprofiel te komen. Dit met een gezamenlijk doel: te komen tot één document dat een basis biedt voor de huidige en toekomstige Ad-opleidingen binnen het domein Commerce, als referentiekader en inspiratiebron dienende bij de bepaling van de leerresultaten van een Ad-er Commerce.

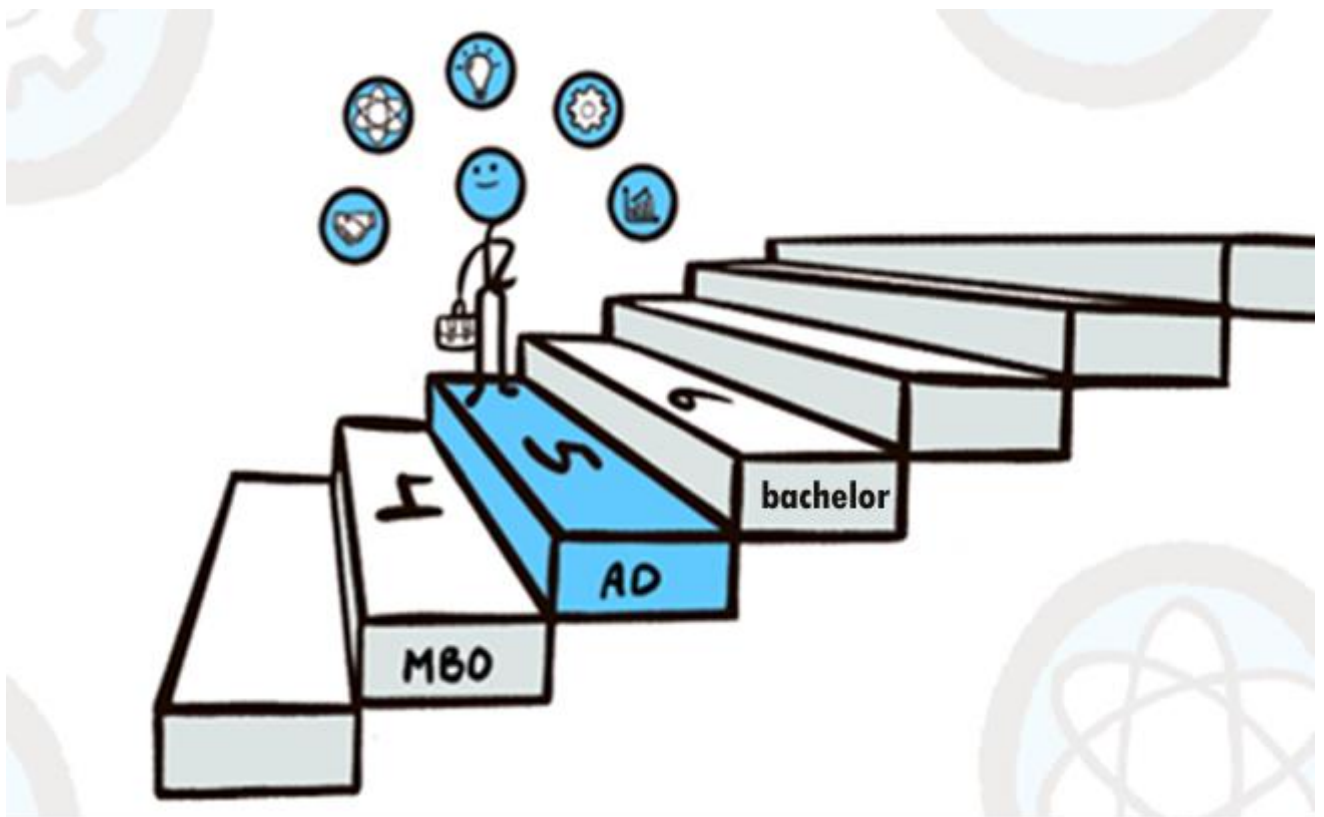
Namens alle leden van het Landelijk Opleidingsoverleg Ad Commerce, veel leesplezier én inspiratie toegewenst!

1. Inleiding

Met trots presenteren wij het nieuwe Landelijk Domeinprofiel van de Associate degree (Ad) Commerce 2021-2025. Een compact profiel waarin alle stakeholders zich herkennen en waarin ook de flexibiliteit aanwezig is om per opleiding een eigen lokale inkleuring te geven. Bewust is gekozen om een breed profiel te formuleren met de bedoeling dat het richting geeft en kaders schept waar nodig en inspiratie brengt waar dat kan voor de opleidingen binnen het Domein Ad Commerce.

Het proces van totstandkoming is begonnen met de wens en behoefte van de hogescholen om een Landelijk Domeinprofiel Ad Commerce op te stellen. Met het uitspreken van deze wens en behoefte toonden de hogescholen ook hun betrokkenheid en actieve deelname aan het totstandkomingsproces. Gestart werd met een verkenning van de wens/behoefte in het voorjaar van 2018. Parallel aan deze eerste processtap begon een werkgroep vanuit de Vereniging Hogescholen aan de verkenning en beschrijving van het niveau 5. Beide verkenningen leverden inzichten op die aan de basis hebben gestaan van het nieuwe Domeinprofiel Ad Commerce.

Vanuit de beschrijving van het niveau 5 is gekozen om het Ad-Domeinprofiel op een logische en samenhangende wijze te formuleren in de lijn van niveau 4 (MBO), niveau 5 (Ad) en niveau 6 (Bachelor). Het recent ingevoerde Landelijke opleidingsprofiel Bachelor CE heeft een belangrijke inspiratiebron opgeleverd voor het Ad-profiel. Vanuit de werkgroep die zich destijds met het bachelorprofiel Commerciële Economie heeft beziggehouden, is ook een vertegenwoordiger nauw betrokken geweest bij de totstandkoming van het Ad-Domeinprofiel Commerce. Net als in het bachelorprofiel is ook in het Ad-Domeinprofiel gekozen om te werken met leeropbrengsten.



Naamgeving profiel

Voor wat betreft de naamvoering van het Ad-Domein profiel is gekozen voor de naam 'Domeinprofiel Associate degree Commerce'. Onder het domein Commerce vallen opleidingen met verwante benamingen, met als 'common ground' dat zij zich allemaal in het beroepenveld van het commerciële domein bevinden op het gebied van marketing en sales.

De verschillende hogescholen die een Ad met doorstroom naar de Bachelor Commerciële Economie hebben ontwikkeld, hebben zich in 2018 verenigd in een landelijk Ad overleg Commerce. Ook vóór 2018 zijn enkele hogescholen reeds gestart met de ontwikkeling en uitvoering van een Ad opleiding op basis van het Bachelor profiel. Daarbij is destijds gekozen voor een eigen naam passend bij regio, werkveld en uitstroom. Dit heeft geresulteerd in verschillende namen voor de opleidingen. De opleidingen verenigen zich nu in het Ad Domein Commerce.

Naast de naam, zijn verschillen zichtbaar in de eigen accenten die opleidingen leggen op basis van de eigen profileringskeuzes van de hogeschool, het instituut en/of opleiding waar de Ad-opleiding wordt aangeboden. Ook tellen de regionale positie en invulling die de opleiding daaraan geeft in het (specifieke) werkveld waarvoor de opleiding opleidt.

Tijdens het landelijk overleg bleek grote overlap te zijn in de functies waarvoor wordt opgeleid: een brede rol in het commerciële werkveld/beroepenveld. Het commercieel beroepenveld kenmerkt zich door een veelheid van taken, functies die veelal betrekking hebben op (e-)marketing, sales, accountmanagement, marktverkenning/onderzoek, data, marketingcommunicatie/branding. De leeropbrengsten/skills die voor dergelijke functies vereist zijn, kennen een grote mate van overlap. Deze gezamenlijkheid vormt de basis voor de naamgeving en inhoud van dit Domeinprofiel Ad Commerce waarin alle betrokken opleidingen zich herkennen, ondanks verschillende benamingen van de betreffende eigen Ad-opleiding.

Dit profiel richt zich niet specifiek op ondernemerschap. Er zijn andere Ad-opleidingen die zich hier specifiek op richten.

Procesgang

In de periode september 2018 - november 2020 hebben vertegenwoordigers (docenten, opleidingscoördinatoren) vanuit alle (bekostigde) hogescholen met een Ad-opleiding binnen het domein Commerce een actieve rol gehad bij de totstandkoming van het Domeinprofiel. Het nieuwe profiel is het eerste tastbare product van hun samenwerking binnen het Landelijk Opleidingsoverleg Ad Commerce, erkend door het Platform Ad van vereniging Hogescholen.

Ook vertegenwoordigers vanuit het werkveld van deze hogescholen waren betrokken bij het proces en de inhoudelijke validatie van het profiel: een belangrijke schakel tussen de opleidingen en de praktijk is hiermee verder verstevigd. Alle betrokken opleidingen hebben het Domeinprofiel voorgelegd aan hun werkveld (Beroepenveldcommissie, Raad van Advies, werkveldcommissie) en alle werkveldvertegenwoordigers hebben het profiel gevalideerd. In bijlage 5 staat een overzicht van de organisaties die betrokken zijn geweest bij de totstandkoming en consultatie van dit profiel.

Alle Ad Commerce-opleidingen en de werkveldpartijen herkennen zich in het nieuwe profiel. Ze bevestigen de flexibiliteit van het Domeinprofiel, waardoor de individuele opleidingen de ruimte zien om de eigen specifieke inkleuring een plaats te geven in het opleiden van een wendbare Ad-professional.

Onderbouwing niveau 5

Dit Domeinprofiel geeft inzicht in de specifieke (inhoudelijke) invulling aan het relatief nieuwe hbo-niveau 5 binnen het commerciële domein. Enkele landelijke kaders zijn gebruikt als uitgangspunt om binnen dit Domeinprofiel tot een inhoudelijke invulling op niveau 5 te komen. De landelijke visie op niveau 5 stelt dat een niveau 5 afgestudeerde met zijn voeten in de praktijk staat, met zijn hoofd het overzicht bewaart, mensen en middelen verbindt en daarmee denken aan doen koppelt (deassociatedegree.nl, 2018). Dit alles doet de student op basis van de volgende vijf landelijk gedefinieerde leerresultaten: methodisch handelen, samenwerken, communiceren, probleemoplossend- en lerend vermogen (Bijlage 1).

Daarnaast is de mate van zelfstandigheid van handelen en de complexiteit van de context bepalend in het vaststellen van inhoudelijke keuzes op niveau 5. In figuur 1 is te zien in welke mate een Ad-afgestudeerde dient te acteren. Al deze landelijke kaders zijn meer uitgebreid beschreven in bijlage 1.

Het project: Het ZelCommodel

Zelfstandigheid →	AD / HBO-ba	HBO-ba / HBO-ma	HBO-ma
	MBO-4 / AD	AD / HBO-ba	HBO-ba / HBO-ma
	MBO-4	MBO-4 / AD	AD / HBO-ba
ZelCom model	Complexiteit →		

Figuur 1 Zelcommodel (uit: beschrijving Niveau 5, 2018)

Dit landelijk Domeinprofiel gebruikt deze (landelijke) kaders om op niveau 5 inhoudelijk invulling te geven aan zes leeropbrengsten waaraan iedere Associate degree afgestudeerde Commerce moet voldoen. Een opleiding maakt vervolgens de vertaling naar het curriculum en geeft hiermee invulling aan de eigen, regionale profilering.

Doorstroommogelijkheden

Qua doorstroom naar de (verwante)bacheloropleiding bieden de hogescholen aangesloten bij het Landelijk Opleidingsoverleg Commerce, hun afgestudeerde studenten een mogelijkheid aan om naar de bacheloropleiding Commerciële Economie door te stromen. Dit betreft een doorstroomprogramma van maximaal 150 studiepunten.

Leeswijzer

Dit Domeinprofiel beschrijft na een uitgebreide inleiding, waarin nader wordt ingegaan op het niveau 5, de inhoud van de leeropbrengsten van het Landelijk Domeinprofiel Associate Degree Commerce. Ter illustratie worden bij elke leeropbrengst enkele voorbeelden gegeven, ter verduidelijking en concretisering van de leeropbrengst. Deze voorbeelden zijn niet uitputtend en slechts bedoeld om de lezer een beeld te geven van mogelijke beroepsproducten of –handelingen behorende bij de

verschillende leeropbrengsten. In de 'verantwoording' wordt het Domeinprofiel binnen nationale en internationale kaders belicht. Onder meer de heo-standaard, NLQF en de Dublin-descriptoren komen aan bod.

In de bijlagen staan een aantal belangrijke, ondersteunende documenten benoemd, die aan de basis hebben gestaan voor dit Domeinprofiel.

Waar in dit profiel gesproken wordt over de Ad-er Commerce, wordt zowel de mannelijke als de vrouwelijke Ad-er Commerce bedoeld. Waar gerefereerd wordt aan de Ad-er Commerce als 'de Ad-er Commerce' wordt ook 'zij' verstaan.

2. Korte schets van de Ad-er Commerce

De Ad-er Commerce heeft een brede rol in het commerciële werkveld/beroepenveld. Het commercieel beroepenveld kenmerkt zich ook door een veelheid van taken en functies die veelal betrekking hebben op (e-)marketing, sales, accountmanagement, marktverkenning/onderzoek, digital & data, marketingcommunicatie/branding. Het profiel beoogt de 'future commercieel professional' op te leiden, die klaar is voor functies en taken die nu nog niet eens bestaan.

Wendbaar in een commerciële context

Het profiel van de Ad-er Commerce volgt in basis het Landelijk opleidingsprofiel van de Bacheloropleidingen CE (Landelijk Opleidingsprofiel CE, 2017) (zie bijlage 3 voor het Landelijk Opleidingsprofiel Commerciële Economie Bachelor 2018-2022).

Het Domeinprofiel Ad Commerce laat zien dat de vraag vanuit het werkveld naar dé commercieel professional niet eenduidig en enkelvoudig is, maar dat het werkveld zoekt naar een integrale professional (de AD-er commerce) met soft- en hard skills, die variabel (wendbaar) wordt ingezet in een specifieke (commerciële) context. Waar in de commerciële context (en daarmee profilering van opleidingen) de breedte van het domein zichtbaar is, vormt de gemeenschappelijkheid tussen de verschillende opleidingen het fundament van dit Domeinprofiel. Binnen het commerciële werkveld (domein) zal een AD-er commerce (ongeacht de context) altijd:

- Waarde creëren door bedrijfsactiviteiten en het aanbod af te stemmen op de wensen en behoefte van de klant.
- inzicht in 'de markt', 'de organisatie' en 'de professional' vertalen naar de doelen van het bedrijf en vice versa.
- De markt als focuspunt hebben om inhoud te geven aan ideeën en innovaties.

Functies Ad-er Commerce

De Ad-er Commerce kan diverse functies in het commerciële beroepenveld vervullen. De specifieke invulling is altijd afhankelijk van context en/of complexiteit van de functie.

Enkele functienamen die passen bij een Ad-er Commerce –nu of in de toekomst na afstuderen- zijn onder andere:

• salesmedewerker	• accountmanager
• online marketeer (e-marketeer)	• (marketing-) consultant
• contentmarketeer	• sales officer (aftersales)
• marketing officer	• communicatiemanager
• marketing support/assistant-manager	• sales support / assistant-manager
• customer care officer (online)	• verkoopmedewerker binnendienst
• verkoopmedewerker buitendienst	• zelfstandig marketeer (owner, ZZP-er)
• category manager	• brandmanager
• (assistant) productmanager	• vestigingsmanager/filiaalleider
• afdelingsmanager	

Onderwerpen en beroepsproducten Ad-er Commerce

Vanuit het brede beroepenveld is een grote diversiteit aan commerciële onderwerpen en beroepsproducten mogelijk binnen onder meer (e-)marketing, sales, accountmanagement, marktverkenning/onderzoek, data, marketingcommunicatie/branding. Deze onderwerpen kunnen zowel binnen een Business tot Business, als in een Business to Consumer-context, plaatsvinden.

Ieder onderwerp is uniek, omdat een specifieke vraag, probleem of uitdaging hieraan ten grondslag ligt. Ook is iedere organisatie uniek. De belangrijkste randvoorwaarden zijn:

- het onderwerp dient een commercieel economisch oogmerk te hebben;
- Dient op Associate degree-niveau te zijn (vanuit een gegeven context, strategie)
- het accent dient te liggen op de uitwerking/toepassing van het probleem. Uitgangspunt hierbij is dat deze uitwerking doordacht en beargumenteerd tot stand dient te komen.

Ter inspiratie volgen hieronder een aantal mogelijke voorbeelden van onderwerpen en bijbehorende beroepsproducten die een beginnend Ad Commerce professional als onderwerp kan oppakken en kan afleveren. Deze voorbeelden zijn zeker niet uitputtend en slechts indicatief bedoeld.

Een organisatie op het gebied van cultuur en welzijn is tot op heden amper actief op social media. Vanuit de organisatie is de gedachte dat de doelgroep via social media prima te benaderen is.

Mogelijke Ad-onderwerpen:

- *De organisatie vraagt de Ad-er Commerce te bekijken welke doelgroep het best te bereiken is.*
- *Stel vanuit een gegeven doelgroep, een social mediaplan op.*
- *Het opstellen van een social mediacampagne en een deel ervan uit te voeren.*
- *Een opgestelde social mediacampagne uitvoeren.*
- *Een campagne te evalueren en een advies geven voor het vervolg.*

Een producent van speeltoestellen heeft een nieuw product voor ogen waarmee verzorgers en medewerkers van kinderopvang- en buitenschoolse opvanginstanties op afstand de kinderen kunnen monitoren. Zogenaamde smart speeltoestellen. De producent heeft geen idee of er behoefte is in smart speeltoestellen en wat dan de wensen van de doelgroep zijn.

Mogelijke Ad-onderwerpen:

- *Hij vraagt te bekijken welke doelgroep het beste hiervoor is ("wie zit hierop te wachten?").*
- *Stel vanuit een gegeven doelgroep, een productintroductieplan op.*
- *Stel vanuit een gegeven doelgroep, een marketingcommunicatieplan op.*
- *Het productintroductieplan of marketingcommunicatieplan voor een deel uitvoeren.*
- *Een productintroductieplan of marketingcommunicatieplan evalueren en een advies geven over het vervolg.*

Een bedrijf biedt ICT ondersteuning aan het MKB en zoekt uitbreiding van het klantenbestand. Het bedrijf is bekend binnen het eigen netwerk en zoekt buiten dat netwerk naar nieuwe klanten, vooral in de eigen regio.

Mogelijke Ad-onderwerpen:

- Het onderzoek van de markt, van trends en ontwikkelingen en het inzicht geven in de grootte van de potentiële markt.
- Analyseren van de effectiviteit van de sales-organisatie van het bedrijf en het doen van verbetervoorstellen inclusief concrete planning en monitoring.
- Het opstellen van een salesplan en het uitvoering geven daaraan.
- De eigen salesactiviteit evalueren en verbeteringen toepassen.

Een fabrikant in vloerafwerking wil zich gaan verbeteren op het gebied van aftersales en herhalingsaankopen. De fabrikant wil weten wat de wensen en behoeften op dit vlak zijn en hoe hij zijn aftersalesproces moet inrichten.

Mogelijke Ad-onderwerpen:

- Wie zijn de huidige klanten/kopers? (wensen- & behoeftenonderzoek onder huidige afnemers).
- Stel vanuit een gegeven doelgroep, een salesplan op.
- Stel vanuit een gegeven doelgroep, een after-salesplan op.
- Het sales- of aftersalesplan voor een deel uitvoeren.
- Het sales- of aftersalesplan evalueren en een advies geven over het vervolg.



Ontwikkelingen en trends

Deze paragraaf gaat in op de trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op het werkgebied van een Ad Commerce professional. Vanwege de herkenbaarheid van de Ad-er Commerce is gekozen om de ontwikkelingen en trends uit het landelijk opleidingsprofiel Bachelor Commerciële economie te gebruiken als referentiepunt vanwege de herkenbaarheid voor de Ad-er Commerce. Zie hiervoor bijlage 3 voor dit opleidingsprofiel. In de verantwoording van dit profiel wordt ingegaan op de ontwikkelingen, nationaal en internationaal, binnen het beroepenveld van de commercieel professional van de toekomst. Tevens komen de ‘Professional marketing competencies’ in een internationale context aan de orde.

Deze trends en ontwikkelingen worden ook herkend door de geraadpleegde werkveldadviesleden van de verschillende opleidingen.

Technologische ontwikkelingen

Momenteel leven we in een tijdperk waar de vierde industriële revolutie plaatsvindt. De ontwikkeling en toepassing van technologie speelt een steeds grotere rol in hoe we werken en leven. De drie belangrijkste stromingen die te onderscheiden zijn, zijn artificiële intelligentie (AI), digitalisering en de verbinding tussen mensen, processen, objecten en diensten als gevolg van AI en digitalisering.

Door de opkomst van artificiële intelligentie ontstaan autonome technologische systemen die repeterend en simpel lerende taken van mensen overneemt. Digitalisering van (informatie-) processen zorgt voor ontsluiting van grote hoeveelheden informatie (data), welke bewerkt en geanalyseerd kunnen worden en nieuwe inzichten opleveren. Tenslotte speelt de mogelijkheid om mensen, organisaties, apparaten, etc. te verbinden een grote rol, waardoor nieuwe mogelijkheden ontstaan, denk aan ontwikkelingen op het gebied van virtuele samenwerking, het gebruik van opslag op centrale servers en internet of things, waarbij apparaten zijn verbonden met internet. Consequentie van het toenemende gebruik van internet is het enorm toegenomen belang van internetbeveiliging en privacy.

Voor de Ad-er Commerce betekent dit dat hij/zij te maken krijgt met processen die steeds beter kwantificeerbaar zijn, dus transparanter worden. De virtuele en bestaande wereld worden in toenemende mate met elkaar vervlochten, waardoor nieuwe diensten kunnen ontstaan. De openheid die ontstaat door het gebruik van Social Media zorgt ervoor dat democratisering van commerciële afzetmarkten steeds verder toeneemt. De machtspositie van grote commerciële organisaties brokkelt hierdoor af waarbij de macht als grote spelers als Google, Facebook, Amazon toeneemt. Ook ontstaan nieuwe mogelijkheden voor innovatieve en creatieve spelers op de markt, denk aan Uber, Spotify, Netflix en Airbnb. Deze spelers gebruiken online platforms om hun businessmodellen te vermarkten. Bekend zijn met digitale mogelijkheden die deze nieuwe economie kunnen laten floreren, zal zeker een plek moeten hebben in de bagage van de Ad-er Commerce.

De betekenis van de technologische basiskennis voor een Ad-er Commerce zal zich concreet richten op kennis van en het gebruik van marketing automation tools en tools om online data te volgen. Specifieke software – of datapakketten zijn voor het domein Commerce niet te duiden, want dat kan per organisatie/werkveldpartner verschillen. Dat geldt ook voor bijvoorbeeld CRM-systemen.

Platformeconomie

De economische omgeving en het werkveld van een Ad-er Commerce heeft te maken met veranderende economische samenwerkingsvormen. De (digitale) platformeconomie heeft zijn intrede gedaan. Platformeconomie is dat deel van de economie dat betrekking heeft op alle diensten en producten die via (online) digitale platformen worden aangeboden en verhandeld. Op die digitale, online platformen wordt vraag en aanbod bij elkaar gebracht (SER, 2020)

Platformen vormen in groeiende mate een krachtig organisatiemodel (Kreijveld, 2014). Toonaangevende bedrijven als Apple, Bol.com, Google, Facebook, Airbnb, Booking.com, Thuisbezorgd en Uber hebben bestaande markten op hun kop gezet door een nieuwe manier van zaken doen: het platform. Door hun platformen kunnen deze bedrijven sneller innoveren en gemakkelijker nieuwe markten betreden. Dit doen ze onder andere door producten en diensten te integreren, andere partijen te laten mee innoveren en gebruikers bij innovaties te betrekken. Succesvolle platformen worden alsmaar sterker en lijken onverslaanbaar. De maatschappelijke en economische betekenis van platformen is ook voor het werkveld van een Ad-er Commerce relevant: hij/zij zal met deze ontwikkeling te maken kunnen krijgen in vrijwel alle vormen van domein van de economie en maatschappij, waarbij steeds nieuwe vormen van digitalisering, open innovatie en co-creatie zullen ontstaan.

Internationalisering

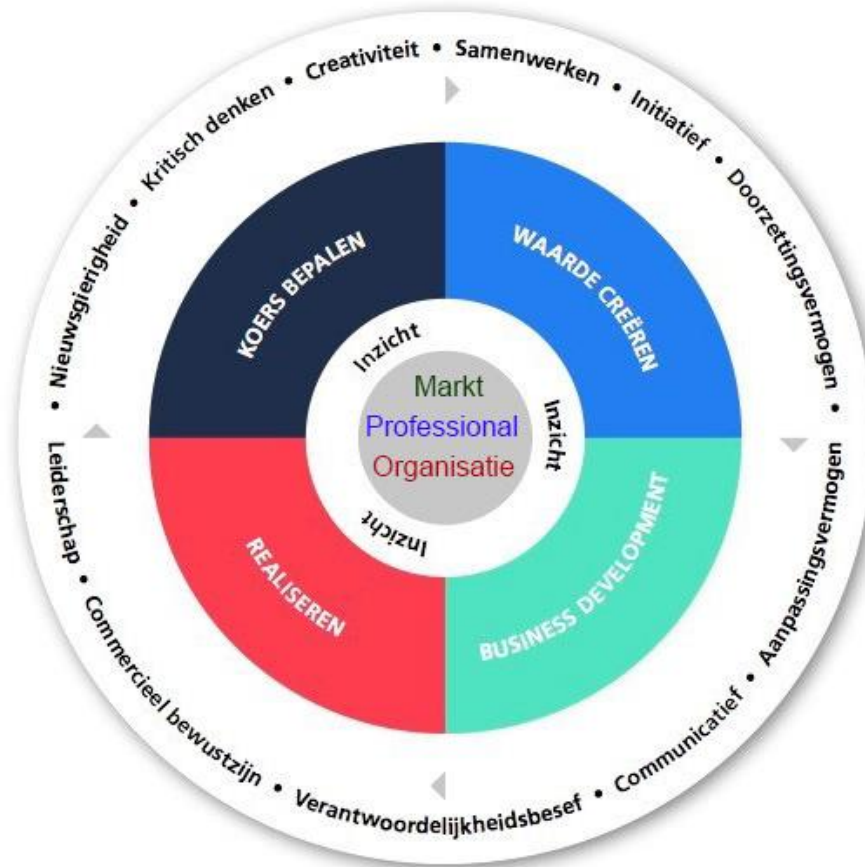
De afgelopen jaren zagen we de grenzen tussen markten steeds verder vervagen en productieprocessen zien er steeds meer uit als lange ketens die over landsgrenzen heen lopen. Dit maakt samenwerking wereldwijd op economisch en communicatief niveau steeds belangrijker en complexer. Het is steeds meer de standaard dat zaken worden gedaan op internationaal niveau (global trade management). Het kunnen benutten van diversiteit ten behoeve van innovatie is een doorslaggevend concurrentievoordeel van bedrijven.

Een gevolg voor de Ad-er Commerce is dat de commerciële omgeving verandert en dit de werkzaamheden van de Ad-er Commerce beïnvloed. Internationalisering is niet meer alleen van toepassing op grote multinationals; ook voor steeds meer midden- en kleinbedrijven komt internationaal zakendoen binnen handbereik. Intercultureel samenwerken wordt zodoende steeds meer de norm. Daarnaast speelt een rol dat steeds vaker buitenlandse bedrijven zich vestigen in Nederland en zorgt de Nederlandse multiculturele samenleving ervoor dat gestreefd moet worden naar toenemende diversiteit op de werkvloer, van hoog tot laag in de organisatie.

De betekenis van Internationalisering voor de Ad-er Commerce zal qua internationalisering qua ambitieniveau beperkt blijven tot 'Internationalisation at home', of internationale contacten binnen bedrijven/organisaties binnen de sector/het werkveld. We verwijzen in het profiel naar het NLQF, niveau 5 en de Dublindescriptoren Short Cycle, Bachelor en Master. Voor de volledigheid wordt later in dit document nader ingegaan op de verantwoording nationale en internationale kaders van het profiel (zie hoofdstuk 4).

3. Landelijk Domeinprofiel Associate degree Commerce

Inleiding



In dit Domeinprofiel wordt de wijze beschreven waarop een Ad-er Commerce wordt voorbereid op een rol als commercieel professional. Een professional die direct inzetbaar is door een beroepsgerichte opleiding. Daarnaast bezit de Ad-er Commerce de skills om zich gedurende zijn carrière te blijven ontwikkelen in het commerciële werkveld.

De visualisatie in de figuur is een schematische weergave van het Domeinprofiel van de Ad Commerce, geformuleerd in leeropbrengsten:

1. *Inzicht*
2. *Koers bepalen*
3. *Waarde creëren*
4. *Business Development*
5. *Realiseren*
6. *Skills van de commercieel professional*

Het hart van het profiel is 'de markt', 'de organisatie' en de 'Ad-professional'. Het begrip 'inzicht' is de vertaling van de Dublin descriptor 'onderzoekend vermogen' in het Domeinprofiel Ad Commerce. 'Inzicht' is te lezen als de duiding van 'de markt', 'de organisatie' en de 'Ad-professional' naar leeropbrengsten en skills én de terugvertaling van die leeropbrengsten naar 'de markt', 'de organisatie' en 'de Ad-professional'. Inzicht is ook inzicht in jezelf en heeft in die zin een relatie met de commerciële skills die in de buitenste schil zijn opgenomen. 'Inzicht' is de verbinding ertussen.

De commerciële skills krijgen een belangrijke, maar geen vaste plaats binnen de leeropbrengsten. Dit is een bewuste keuze. De invulling van de skills is namelijk aan de Ad Commerce-opleidingen zelf, al naargelang de eigen profilering en eigenheid van de opleidingen. Tevens speelt hier de regionale oriëntatie en de oriëntatie op het toekomstig beroep een rol. Opleidingen hebben dus de vrijheid om hierbinnen eigen accenten te leggen. Afhankelijk van de lokale inkleuring en de uitwerking in het curriculum, kiest de opleiding zelf waar en hoe zij de onderdelen van de commerciële 21st Century skills (zie bijlage 2) toetst en waar zij de skills geïntegreerd meeneemt in de leeropbrengsten.

Zoals aangegeven, volgt het model van het Landelijk Domeinprofiel Ad Commerce in basis het opleidingsprofiel van de Bacheloropleidingen CE (Landelijk Opleidingsprofiel CE, 2017) (zie bijlage 3 voor het Landelijk Opleidingsprofiel Commerciële Economie Bachelor, 2017). Het Domeinprofiel Ad Commerce laat zien dat de vraag vanuit het werkveld naar dé commercieel professional niet eenduidig en enkelvoudig is, maar dat het werkveld zoekt naar een integrale professional (de AD-er commerce) met soft- en hard skills die variabel (wendbaar) wordt ingezet in een specifieke context. Het profiel geeft ook aan dat een AD-er commerce (ongeacht de context) altijd inzicht in 'de markt', 'de organisatie' en 'de professional' vertaalt naar de doelen van het bedrijf en vice versa. Het meest typerende van het profiel is dat de commercieel professional altijd markt en de klant als focuspunt heeft.

De specifieke invulling van het Landelijk Domeinprofiel Ad Commerce geeft invulling aan de leeropbrengsten op de deelgebieden Koers bepalen, Waarde creëren, Business development en Realiseren, Inzicht en de Skills van een Ad professional. In het Ad Commerceprofiel is de kern van het profiel verder verdeeld in 'markt, organisatie, professional' en is ook aan 'Inzicht' lading gegeven, door deze te verbinden aan 'inzicht in de markt, inzicht in de (eigen) organisatie en inzicht in jezelf (als beginnend beroepsprofessional op Ad-niveau).

Leeropbrengsten Ad Commerce

Noot: In onderstaande uitwerkingen van de leeropbrengsten van een Ad-er Commerce worden de leeropbrengsten toegelicht en verduidelijkt door middel van een paar voorbeelden. Deze voorbeelden zijn bedoeld als 'voorbeelden' en niet als uitputtende lijst.

INZICHT

Inzicht vormt de basis en is de verbinding tussen enerzijds de markt, de organisatie en de professional en anderzijds de leeropbrengsten en de skills. De Ad-er Commerce behoeft inzicht in de markt, de eigen organisatie en zichzelf om zijn werkzaamheden op niveau uit te voeren.

Er worden drie relevante onderdelen binnen 'inzicht' onderscheiden:

De markt

De Ad-er Commerce inventariseert actuele vraagstukken binnen het bedrijf. Op basis van deze vraagstukken verzamelt de Ad-er brede en voor de praktijk relevante gegevens uit de markt. Deze gegevens gebruikt de Ad-er Commerce in praktische zin. De Ad-er Commerce onderbouwt hiermee zijn operationele en tactische keuzes. De Ad-er Commerce kan bepalen welke informatie relevant is en bedenkt hierbij onderzoeksvragen. Te denken valt aan klantinformatie, trends en ontwikkelingen en concurrentie-informatie.

De eigen organisatie

De Ad-er Commerce weet zijn weg te vinden in de eigen organisatie. Binnen de context van de functie en op basis van een kritische en onderzoekende houding kan de Ad-er Commerce tot doordachte verbeterpunten komen. De Ad-er Commerce kan deze op de eigen afdeling doorvoeren,

dan wel andere afdelingen erbij betrekken. De Ad-er Commerce verbetert doorlopend de organisatie om waarde te creëren voor één of meerdere stakeholders.

De professional zelf

De Ad-er Commerce is voorbereid op een leven lang ontwikkelen. De Ad-er Commerce kent zijn eigen kwaliteiten en valkuilen binnen de voor hem relevante persoonlijke en professionele skills. De Ad-er Commerce weet zijn kwaliteiten in te zetten in zijn dagelijkse werk. De Ad-er Commerce reflecteert, pakt regie op zijn eigen ontwikkeling en zoekt continu naar mogelijkheden om zichzelf te verbeteren.



Enkele voorbeelden van 'Inzicht' op Ad-niveau zijn:

Markt:

De Ad-er Commerce verzamelt marktinformatie middels beschrijvend marktonderzoek die directe input levert om zijn taken op operationeel en tactisch niveau (korte termijn 1 – 3 jaar) uit te voeren. Bijvoorbeeld:

- Klantinformatie zoals koopgedrag, gebruiksgedrag en behoeftes uit bestaande bronnen, bedrijfsinformatiesystemen en kleinschalige kwalitatieve onderzoeken van geringe complexiteit;
- Actuele trends en ontwikkelingen door het raadplegen van bestaande bronnen;
- Concurrentie-informatie door het raadplegen van bestaande bronnen en het uitvoeren van kleinschalig onderzoek. De Ad-er Commerce kan het vraagstuk van het bedrijf vertalen in praktijkgericht onderzoek en de stappen die de Ad-er Commerce moet zetten om de juiste informatie te verkrijgen;
- Interpreteren van data en daar relevante informatie uithalen binnen de gegeven context.

Eigen organisatie:

- Begrijpt hoe de eigen organisatie in elkaar steekt en hoe de Ad-er Commerce deze met de markt kan verbinden;
- Signaleert verbeterpunten op de eigen afdeling of binnen de eigen kleine organisatie;
- Kent de toegevoegde waarde van andere afdelingen in de organisatie en hoe deze te betrekken in het commercieel proces van de organisatie.

De Ad-professional:

- Inzicht in zichzelf: de Ad-er Commerce is zich bewust van eigen kwaliteiten en valkuilen en ziet de ontwikkeling die de Ad-er Commerce hierbinnen maakt als professional en als persoon (lerend vermogen);
- Inzicht in samenwerking en communicatie: de Ad-er Commerce is zich bewust van zijn rol en invloed binnen een groep en kan de verbinding maken tussen mensen binnen en buiten zijn team. In communicatie is de Ad-er Commerce zich bewust van de effecten van zijn communicatie op anderen;
- De Ad-er Commerce zet het verkregen inzicht om in actie: de Ad-er Commerce weet welke actie te nemen is, bereid deze voor en voert uit. Deze actiegerichtheid is kenmerkend voor de Ad-professional.

KOERS BEPALEN

De Ad-er Commerce zet de commerciële tactische koers uit binnen een gegeven context en kader. Dit doet de Ad-er Commerce, op basis van de gegeven visie, missie en strategie van de organisatie, de kansen die de Ad-er Commerce in de markt ziet én het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin de Ad-er Commerce werkzaam is. De Ad-er Commerce is in staat een aanpak met een team te ontwikkelen vanuit commercieel bewustzijn. De Ad-er Commerce richt de blik naar buiten, ziet kansen in de markt en heeft oog voor het duurzaam concurrentievoordeel van de organisatie.

De Ad-er Commerce communiceert doelgericht over de koers en de doelen op zijn niveau (teamniveau) in de organisatie, binnen het kader van de koers en doelen van de gehele organisatie. Binnen zijn afdeling zet de Ad-er Commerce onderzoek en analyses op een onderbouwde en transparante manier in, om te komen tot praktische inzichten die kunnen leiden tot keuzes. Indien nodig impliceert dit aanpassingen aan bestaande business modellen en/of veranderingen in processen en/of organisatie op teamniveau.

Bij het uitvoeren van de aanpak is de Ad-er Commerce met een team sensitief voor het maken van de verbinding op inhoud- en mensniveau.

Enkele voorbeelden van 'Koers bepalen' op Ad-niveau zijn:

- Een Ad-er Commerce is in staat om een salesplan te maken voor een afgebakende markt & product;
- Een Ad-er Commerce kan SMART doelen formuleren om richting te geven aan de sales- of marketingactiviteiten van een bedrijf.
- Een Ad-er Commerce kan de customer journey in kaart brengen van een midden- of kleinbedrijf en kan zelfstandig verbeteringen aanbrengen binnen een specifiek onderdeel van de customer journey. De Ad-er Commerce kan zich ook richten op de samenhang van de verschillende touchpoints van de customer journey;
- Een Ad-er Commerce kan de koers bepalen voor een van de marketinginstrumenten/ kanalen en daarna deze instrumenten en kanalen direct inzetten.

WAARDE CREËREN

De Ad-er Commerce kan op basis van analyses vaststellen wat van duurzame waarde is voor klant, organisatie en maatschappij. Op basis van dit inzicht kan de Ad-er Commerce de commerciële koers van een organisatie zelfstandig of in teamverband uitvoeren met behulp van een door hem opgesteld actieplan.

Een afgestudeerde Ad-er Commerce is een enthousiaste teamplayer die met beide benen op de grond staat. De Ad-er Commerce heeft een onbevangen doch kritische kijk op de markt, de organisatie en zichzelf.

De Ad-er Commerce handelt ondernemend, zelfbewust en zelfregulerend waardoor de Ad-er Commerce waarde toevoegt voor één of meerdere stakeholders van de organisatie. Door zijn lerend vermogen vergroot de Ad-er Commerce zijn duurzame inzetbaarheid.

Zijn kennis en analyserend vermogen stelt hem in staat om praktische, passende oplossingen te vinden voor diverse commerciële uitdagingen, waarbij de Ad-er Commerce steeds vanuit de markt en/of de organisatie denkt.

De Ad-er Commerce weet mensen op een sympathieke manier te (ver)binden en te overtuigen van zijn (duurzame) creatieve ideeën en niet standaardoplossingen.

Enkele voorbeelden van 'Waarde creëren' op Ad-niveau zijn:

- Binnen de commerciële strategie/koers is de Ad-er Commerce in staat om bij te dragen aan het halen van gestelde doelen door bestaande activiteiten te verbeteren;
- De Ad-er Commerce kan op basis van analyse vaststellen wat van duurzame waarde is voor de klant, de eigen organisatie en/of de markt.
- De Ad-er Commerce kan op methodologisch verantwoorde manier onderzoek doen naar bestaande en nieuwe informatie met betrekking tot een (potentiële) doelgroep.
- De Ad-er Commerce is in staat om de (achterliggende) behoeften van een potentiële klant te achterhalen en daar een passend aanbod tegenover te stellen
- De Ad-er is in staat om specifieke productkenmerken te vertalen in tastbare oplossingen voor de klant
- De Ad-er Commerce formuleert, op basis van analyses, een actieplan dat leidt tot waardecreatie.
- De Ad-er Commerce is in staat het begrip waarde te beargumenteren en gaat daarbij verder dan alleen de financiële en economische uitgangspunten.
- De Ad-er Commerce is in staat "contact" te maken met betrokkenen zowel in- als extern om in relatie tot deze partijen waardecreatie mogelijk te maken.
- De Ad-er commerce is in staat een klantprobleem te identificeren en op basis daarvan een passend product of dienst aan te bieden.

BUSINESS DEVELOPMENT

De Ad-er Commerce ontwikkelt in co-creatie met een kleine groep stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende ideeën op tactisch niveau en passend binnen de gegeven strategie (context en kader) van de organisatie. In de kern probeert de Ad-er Commerce (samen met anderen) de tactische doelen van de organisatie te bereiken door passende activiteiten te ontwikkelen en concrete oplossingen te implementeren voor één of meerdere stakeholders.

Enkele voorbeelden van 'Business development' op Ad-niveau zijn:

- Binnen de commerciële strategie/koers is de Ad-er Commerce in staat om bij te dragen aan het halen van gestelde doelen door nieuwe activiteiten te ontplooiën;
- De Ad-er Commerce heeft inzicht in een organisatie qua stakeholders en kan voor en met deze stakeholders ideeën vertalen om business te genereren die aantoonbaar bijdragen aan de groei. De Ad-er Commerce anticipeert op veranderingen;
- De Ad-er Commerce heeft inzicht in marktontwikkelingen en trends in de markt en bedenkt naar aanleiding daarvan ideeën op basis van een analyse. De Ad-er Commerce weet wat de effecten van deze ideeën zijn binnen het verdienmodel van de organisatie.;
- De Ad-er Commerce heeft oog voor verschillende belangen binnen de organisatie en kan direct betrokkenen overtuigen. Daarbij moet de Ad-er Commerce goed kunnen communiceren, zowel verbaal als schriftelijk;
- De Ad-er Commerce werkt innovatieve ideeën uit binnen het verdienmodel van de organisatie. Deze ideeën dragen bij aan de commerciële doelen van de organisatie en leveren waarde voor de stakeholders;
- De Ad-er Commerce weet wat nodig is om een idee vorm te geven en heeft een significante rol in een projectorganisatie. De Ad-er Commerce kan de belangrijkste betrokkenen identificeren en betrekken bij het project.

REALISEREN

De Ad-er Commerce realiseert een duurzaam commercieel product/concept vanuit de gegeven koers op tactisch niveau, voor één of meerdere bestaande- en/of potentiële stakeholders. De Ad-er Commerce komt tot een oplossing op een creatieve manier waarbij alternatieven getoetst en tegen elkaar afgewogen zijn. De Ad-er Commerce faciliteert en voert uit: de Ad-er Commerce implementeert de oplossing van een vraagstuk zelfstandig binnen gegeven kaders. Hierbij past de Ad-er Commerce de aangeleerde skills en kennis toe en toont hierbij doorzettingsvermogen. Tijdens de realisatie draagt de Ad-er Commerce mede zorg voor het commitment van stakeholders.

Enkele voorbeelden van 'Realiseren' op Ad-niveau zijn:

- Weet op tactisch niveau de juiste mensen te verbinden om tot het gewenste resultaat te komen;
- De Ad-er Commerce heeft voldoende financiële kennis om tot een goed commercieel resultaat te komen;
- Stuurt delen van het uitvoeringsproces aan;
- Onderzoekt alternatieve oplossingen voor het probleem en is ondernemend;
- De Ad-er Commerce heeft overzicht over taken en kan goed communiceren. Communicatie is hierbij gericht op het commitment van stakeholders;
- De Ad-er Commerce heeft het vermogen om belangen en interesses van verschillende partijen met elkaar te verbinden;
- Kan werkzaamheden uitvoeren en tot beroepsproducten komen rekening houdend met regelgeving en gedefinieerde standaarden.
- De Ad-er Commerce komt op een methodisch doordachte en op theorie gebaseerde manier tot het uitvoeren van werkzaamheden en beroepsproducten
- De Ad-er Commerce let op de details en maakt het af! De Ad-er Commerce is in staat onder druk en binnen gestelde deadlines naar het resultaat toe te werken.

SKILLS

De Ad-er Commerce zet zijn persoonlijke en professionele skills in, in zijn dagelijkse praktijk. Dit zowel binnen de opleiding als binnen zijn beroep (als beginnend beroepsbeoefenaar). De Ad-er Commerce is zich bewust van zijn ontwikkeling binnen de skills. Concreet kan de Ad-er Commerce zijn eigen leervraag zelfstandig formuleren, reflecteren op zijn ontwikkeling en deze onderbouwen. Tevens is de Ad-er Commerce in staat om het eigen leer- en ontwikkelperspectief inzichtelijk te maken.



Binnen het profiel voor de Ad-er Commerce zijn 11 skills gedefinieerd:

- 1. Kritisch denken/ probleemoplossend vermogen**
- 2. Creativiteit**
- 3. Nieuwsgierigheid**
- 4. Communicatie**
- 5. Samenwerken**
- 6. Initiatief**
- 7. Doorzettingsvermogen**
- 8. Aanpassingsvermogen**
- 9. Leiderschap**
- 10. Commercieel bewustzijn**
- 11. Verantwoordelijkheidsbesef**

Qua niveau worden voor de skills geen niveaus voorgeschreven. Het profiel laat de ruimte aan de opleiding om daarin keuzes te maken op basis van de gekozen profilering van de Hogeschool, de eisen vanuit werkveld en de regio.

Voorbeeld scoreformulier skills

Om de ontwikkeling van de skills inzichtelijk te kunnen maken, kunnen de skills uitgewerkt worden in een scoreformulier waarin de skills verwerkt zijn tot indicatoren. Dit scoreformulier bestaat in twee versies: een studentversie, waarin de student zichzelf kan scoren en een praktijkbegeleider/bedrijfscoachversie, waarin deze scores kan toekennen en een toelichting kan geven op de scores en daarmee de skills van de student. In bijlage 4 zijn voorbeelden van scoringsformulieren opgenomen om de skills verder te kunnen operationaliseren aan de hand van indicatoren.

4. Verantwoording nationale en internationale kaders

Heo-standaard

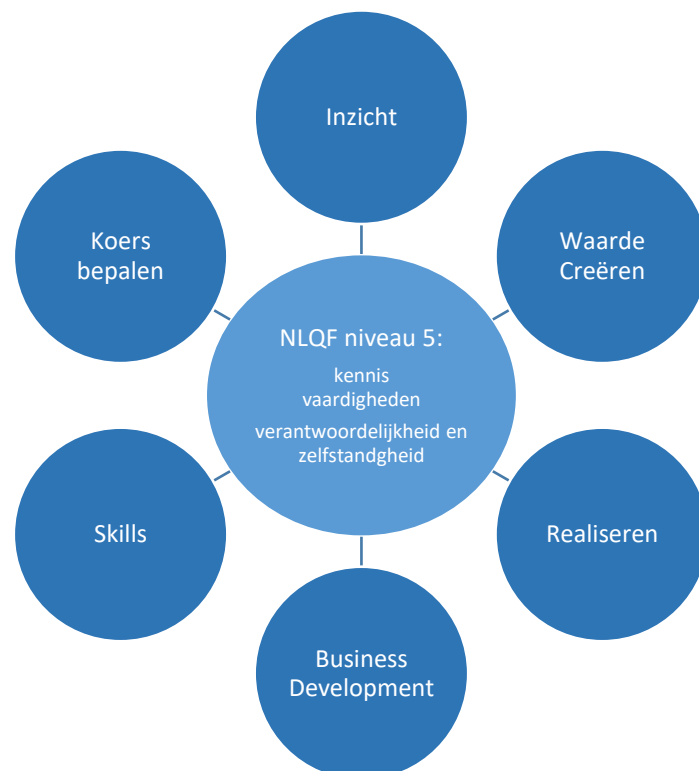
In reactie op het rapport 'Wendbaar in een duurzame economie' van de commissie Sent heeft de sectorraad HEO in 2017 een nieuwe heo-standaard afgesproken, waar alle hbo-bacheloropleidingen in het economisch domein aan moeten voldoen. Dit profiel omvat:

- A. Een gedegen theoretische basis.
- B. Onderzoekend vermogen.
- C. Professioneel vakmanschap (Ondernemende houding, Wendbaar, Brede en internationale oriëntatie, Interdisciplinair werken, Je kunnen verplaatsen in klanten/doelgroep en Uitdrukkingsvaardigheid).
- D. Beroepsethiek en maatschappelijke oriëntatie.

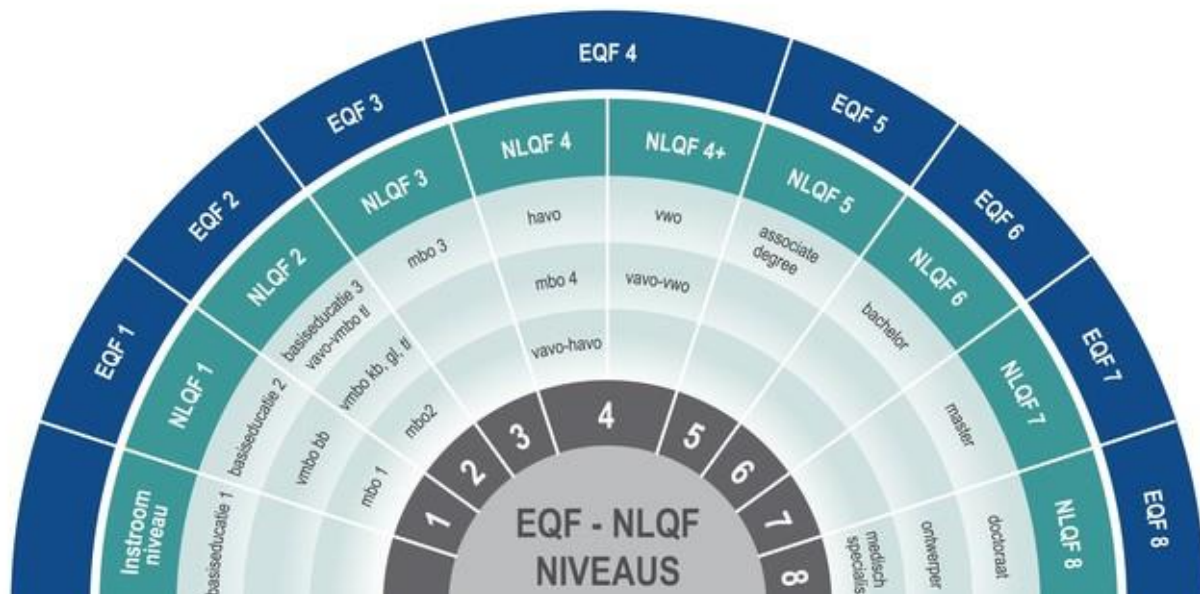
Het Landelijk Domeinprofiel Ad Commerce 2019-2023 voldoet aan het profiel van de wendbare heo-professional ([Vereniging Hogescholen - Profiel mei 2017](#)). In dit nieuwe Domeinprofiel -met de leeropbrengsten per deelgebied en de skills- komen de vijf aspecten uit het heo-profiel herkenbaar terug.

NLQF en Dublin descriptoren

De beschreven leeropbrengsten zijn in overeenstemming met de niveau 5 beschrijvingen van het eindniveau van een hbo-Ad, zoals uitgewerkt in het Nederlands Kwalificatiekader (NLQF)¹. Omdat de NLQF-niveaubeschrijvingen gekoppeld zijn aan de niveaubeschrijvingen van het European Qualification Framework (EQF) en de Dublin descriptoren (Dd), zijn deze hiermee ook verantwoord.



¹ De niveaus van NLQF zijn beschreven in leeropbrengsten in termen van kennis, skills, zelfstandigheid en verantwoordelijkheid.



DUBLIN DESCRIPTORS

Naam	Short Cycle ¹	Bachelor (NVAO-omschrijving)	Master (NVAO-omschrijving)
1 Kennis en inzicht	Heeft aantoonbare kennis en inzicht van een vakgebied waarbij wordt voortgebouwd op algemeen voortgezet onderwijs, functioneert doorgaans op het niveau van gevorderde leerboeken, heeft een kennisondergrond voor een beroepsveld of een beroep, voor persoonlijke ontwikkeling en voor van verdere studie om de eerste cyclus (bachelor) af te ronden	Heeft aantoonbare kennis en inzicht van een vakgebied, waarbij wordt voortgebouwd op het niveau bereikt in het voortgezet onderwijs en dit wordt overtroffen; functioneert doorgaans op een niveau waarop met ondersteuning van gespecialiseerde handboeken, enige aspecten voorkomen waarvoor kennis van de laatste ontwikkelingen in het vakgebied vereist is.	Heeft aantoonbare kennis en inzicht, gebaseerd op de kennis en het inzicht op het niveau van Bachelor en die deze overtreffen en/of verdiepen, alsmede een basis of een kans bieden om een originele bijdrage te leveren aan het ontwikkelen en/of toepassen van ideeën, vaak in onderzoeksverband
2 Oordeelsvorming	Is in staat om kennis en inzicht in beroepsmatige contexten toe te passen	Is in staat om relevante gegevens te verzamelen en interpreteren (meestal op het vakgebied) met het doel een oordeel te vormen dat mede gebaseerd is op het afwegen van relevante sociaal-maatschappelijke, wetenschappelijke of ethische aspecten.	Is in staat om kennis en inzicht en probleemoplossende vermogens toe te passen in nieuwe of onbekende omstandigheden binnen een bredere (of multidisciplinaire) context die gerelateerd is aan het vakgebied; is in staat om kennis te integreren en met complexe materie om te gaan
3 Toepassen kennis en inzicht	Heeft de vaardigheid om gegevens te identificeren en te gebruiken, teneinde een respons te bepalen met betrekking tot duidelijk-gedefinieerde, concrete en abstracte problemen	Is in staat om zijn/haar kennis en inzicht op dusdanige wijze toe te passen, dat dit een professionele benadering van zijn/haar werk of beroep laat zien, en beschikt verder over competenties voor het opstellen en verdiepen van argumentaties en voor het oplossen van problemen op het vakgebied.	Is in staat om oordelen te formuleren op grond van onvolledige of beperkte informatie en daarbij rekening te houden met sociaal-maatschappelijke en ethische verantwoordelijkheden, die zijn verbonden aan het toepassen van de eigen kennis en oordelen
4 Communicatie	Kan communiceren met gelijken, leidinggevenden en cliënten over begrip, vaardigheden en werkzaamheden	Is in staat om informatie, ideeën en oplossingen over te brengen op een publiek bestaande uit specialisten of niet-specialisten.	Is in staat om conclusies, alsmede de kennis, motieven en overwegingen die hieraan ten grondslag liggen, duidelijk en ondubbelzinnig over te brengen op een publiek van specialisten of niet-specialisten
5 Leervaardigheden	Bezit de leervaardigheden om een vervolgopleiding die een zekere mate van autonomie vraagt, aan te gaan	Bezit de leervaardigheden die noodzakelijk zijn om een vervolgstudie die een hoog niveau van autonomie veronderstelt aan te gaan.	Bezit de leervaardigheden die hem of haar in staat stellen een vervolgstudie aan te gaan met een grotendeels zelfgestuurd of autonoom karakter

¹ Dublin Descriptor for higher education short cycle (within the first cycle) qualification, Final Version 18.10.04. De letterlijke tekst luidt:

1. Have demonstrated knowledge and understanding in a field of study that builds upon general secondary education and is typically at a level supported by advanced textbooks; such knowledge provides an underpinning for a field of work or vocation, personal development, and further studies to complete the first cycle;
2. Can apply their knowledge and understanding in occupational contexts;
3. Have the ability to identify and use data to formulate responses to well-defined concrete and abstract problems;
4. Can communicate about their understanding, skills and activities, with peers, supervisors and clients;
5. Have the learning skills to undertake further studies with some autonomy.

¹² Rapport Kort en Goed⁷, verkenning en invoering korte programma's in het hoger beroepsonderwijs, opgesteld door Cinop, in samenwerking met smets+ hover+ adviseurs in opdracht van het ministerie van OCW).

Het NLQF, niveau 5		
Context		Een onbekende, wisselende leef- en werkomgeving, ook internationaal
Kennis		Bezit ruime, verdiepte of gespecialiseerde kennis van een beroep en kennisdomein. Bezit gedetailleerde kennis van enkele beroep en kennisdomeinen, Begrip van een beperkte reeks van basistheorieën , principes en concepten. Bezit beperkte kennis en begrip van enkele belangrijke actuele onderwerpen en specialismen gerelateerd aan het beroep en kennisdomein.
Vaardigheden	Toepassen van kennis	Reproduceert en analyseert de kennis en past deze toe, ook in andere contexten , om een antwoord te geven op problemen die gerelateerd zijn aan een beroep en kennisdomein. Gebruikt procedures flexibel en inventief. Signaleert beperkingen van bestaande kennis in de beroepspraktijk en in het kennisdomein en onderneemt actie. Analyseert complexe (beroeps)taken en voert deze uit.
	Probleemoplossende vaardigheden	Onderkent en analyseert complexe problemen in de beroepspraktijk en in het kennisdomein en lost deze op creatieve wijze op door gegevens te identificeren en te gebruiken
	Leer- en ontwikkel vaardigheden	Ontwikkelt zich door reflectie en beoordeling van eigen (leer) resultaten
	Informatievaardigheden	Verkrijgt, verwerkt, combineert en analyseert brede, verdiepte en gedetailleerde informatie over beperkte reeks van basistheorieën , principes en concepten, van en gerelateerd aan een beroep en kennisdomein evenals beperkte informatie over enkele belangrijke actuele onderwerpen en specialismen, gerelateerd aan het beroep en kennisdomein en geeft deze informatie weer.
	Communicatievaardigheden	Communiceert doelgericht op basis van in de context en de beroepspraktijk geldende conventies met gelijken, leidinggevend en cliënten
Verantwoordelijkheid en zelfstandigheid		Werkt samen met gelijken, leidinggevend en cliënten. Draagt verantwoordelijkheid voor resultaten van eigen activiteiten, werk en studie. Draagt gedeelde verantwoordelijkheid voor het resultaat en activiteiten en werk van anderen en voor het aansturen van processen

Het NLQF, niveau 5 (uit 'Niveau 5 beschrijving, 2018)

NAWOORD

Dit document is tot stand gekomen door een gezamenlijke wens en ambitie van vertegenwoordigers van Ad-opleidingen binnen het domein Commerce, om invulling te geven aan een gezamenlijke profiel voor de opleidingen binnen het domein. Het initiatief is van 'onderop uit' gekomen en kon rekenen op draagvlak van alle betrokkenen. Het was een proces van zoeken, bijstellen, afstemmen met betrokken en stakeholders om zo te komen tot dit profiel. Aan alle betrokkenen is een hartelijk woord van dank op zijn plaats.

En nu verder...

Nu het Domeinprofiel is opgesteld met draagvlak binnen de opleidingen, wordt het aangeboden aan het Sectoraal Adviescollege Economie ter bekrachtiging van het profiel. Daarnaast wordt het profiel aangeboden aan het Landelijk Platform Associate degrees van de Vereniging Hogescholen. Het is de bedoeling dat dit Domeinprofiel wordt opgenomen als referentiedocument voor bestaande en nieuwe Ad-opleidingen in het domein Commerce.

Het Landelijk Opleidingsoverleg Ad Commerce wordt voortgezet. Elkaar vinden als professionals binnen de Ad-opleidingen om ervaringen te delen, te leren van elkaar en elkaar blijvend te inspireren, zijn belangrijke uitgangspunten hierbij. Dit met als doel om met elkaar te blijven werken aan de verdere ontwikkeling voor de 'Future professionals' van de Ad Commerce!

BRONNENLIJST

Associate degree Niveau 5 (2018), opgevraagd via <http://www.deassociatedegree.nl/wp-content/uploads/20181108-magazine-niveau5.pdf>

Beschrijving van niveau 5 (2018), opgevraagd via <http://www.deassociatedegree.nl/wp-content/uploads/181001-Beschrijving-niveau-5-v5.0-2018.pdf>

HEO-profiel (2017) opgevraagd via <https://www.vereniginghogescholen.nl/kennisbank/sectoren/artikelen/heo-profiel>

Hoe werkt de platformeconomie? (2020), opgevraagd via <https://www.ser.nl/-/media/ser/downloads/adviezen/2020/platformeconomie-hoe-werkt.pdf>

Kreijveld, M., *De kracht van platformen*. Nieuwe strategieën voor innoveren in een digitaliserende wereld, Vakmedianet management, Deventer, 2014

Landelijk Opleidingsprofiel CE (2017), opgevraagd via https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/219/original/commerciële_economie.lop.2017.pdf?1513870039

Vucht, A. van, *Company meets Student*, Van student naar professional binnen de Associate degree. Fontys Hogescholen, 2019

BIJLAGE 1 Niveau 5 Associate degree

Omdat het niveau 5 een redelijk nieuw beschreven niveau binnen het Hoger Beroepsonderwijs betreft, is verduidelijking hiervoor op zijn plaats.

Basisvisie

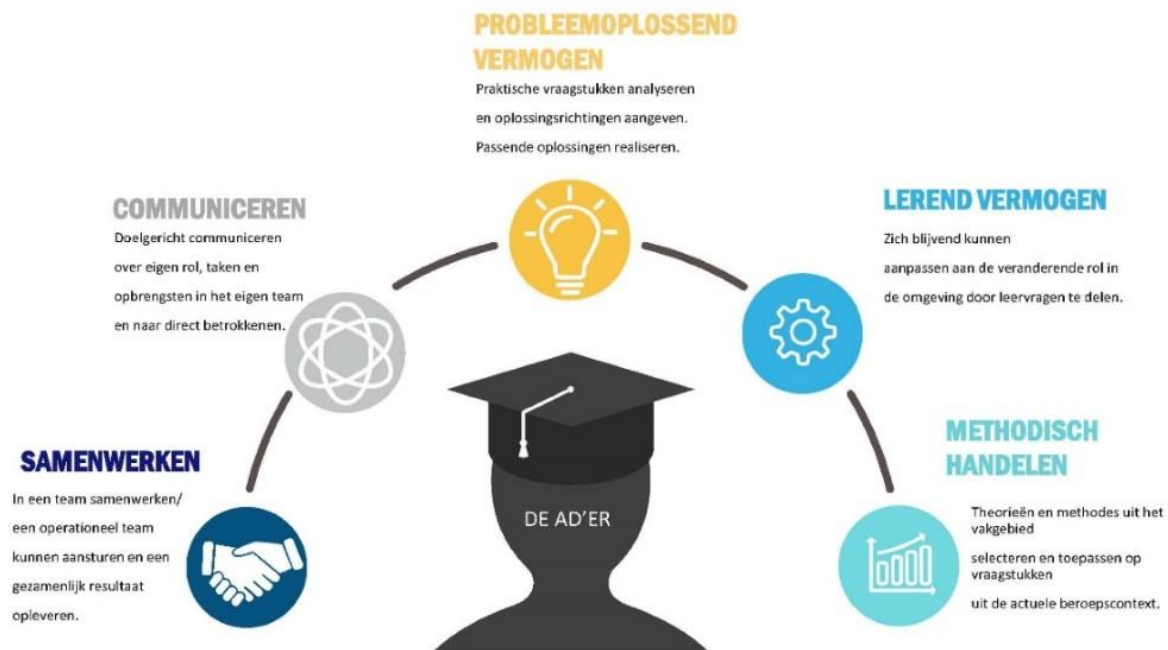
Op 8 september 2018 is door de Vereniging Hogescholen het niveau 5 Associate degree vastgesteld. De Associate degree-afgestudeerde wordt getypeerd aan de hand van de basisvisie, leerresultaten en didactische begeleidingsvormen.

Basisvisie	Leerresultaten	Didactische begeleidingsvormen
<ul style="list-style-type: none">• Een Associate degree afgestudeerde staat met zijn voeten in de praktijk, bewaart met zijn hoofd het overzicht, verbindt mensen en middelen en koppelt daarmee denken aan doen.• Niveau 5 is een niveau waarbij de kracht ligt in de verbinding.	<ul style="list-style-type: none">• Methodisch handelen• Samenwerken• Communiceren• Probleemoplossend vermogen• Lerend vermogen	<ul style="list-style-type: none">• Leren is zelf uitzoeken hoe het zit en daarnaast leren van en met elkaar.• Leren is gericht op realistische en praktijkgerichte opdrachten.• Begeleidingsvormen dienen zelfsturend en zelfregulerend te zijn.

Bron: Company meets Student, Van student naar professional binnen de Associate degree, (van Vucht, 2019).

Beschrijving niveau 5 Associate degree

In de uitgave Niveau 5 Associate degree van het overlegplatform Ad's (van de vereniging van Hogescholen, <http://www.deassociatedegree.nl/wp-content/uploads/20181108-magazine-niveau5.pdf>) wordt onderstaande figuur weergegeven die de uitleg geeft van de vijf leerresultaten: samenwerken, communiceren, probleemoplossend vermogen, lerend vermogen en methodisch handelen. Deze worden hieronder verder uitgewerkt.



Bron: Associate degree Niveau 5 (2018)

Samenwerken – onderscheidend principe -

De grootte van het team, de mate van zelfstandigheid die de Ad-er heeft en de mate van verantwoordelijkheid die de Ad-er heeft in het team bepalen het niveau binnen het leerresultaat samenwerken. Daarnaast kan het niveau ook bepaald worden door het gezamenlijk resultaat dat verwacht wordt van het team. De afhankelijkheid van derden, de invloed van belanghebbenden en de tijdsdruk zijn hierin onderscheidende principes.

Communiceren – onderscheidend principe -

Het niveau van communiceren wordt bepaald door de reikwijdte, de complexiteit van de boodschap en de transfer van de communicatie. De Ad-er zal in de meeste gevallen vooral op tactisch niveau communiceren met een beperkte reikwijdte. De reikwijdte is niet beperkt tot het eigen team en de individuele taken, maar heeft een grotere reikwijdte naar de eerste kring van relevante actoren buiten het team. Welke actoren dit zijn is afhankelijk van het beroep.

Probleemoplossend vermogen – onderscheidend principe -

Het niveau van probleemoplossend vermogen wordt bepaald door de complexiteit van het probleem en ambitie van de oplossing. Dit uit zich in de verantwoordelijkheid die de Ad-er draagt ten opzichte van het praktisch vraagstuk en de mate van zelfstandigheid die wordt verwacht. De ambiguïteit van het vraagstuk en het aantal belanghebbenden die een rol spelen, bepalen ook het niveau. Alsook de reikwijdte van de oplossingsrichting en de mate waarin de omgeving verandert door de implementatie van de aangedragen oplossing.

Lerend vermogen – onderscheidend principe -

Het niveau binnen deze leerresultaat wordt bepaald door de mate van zelfstandigheid waarin de Ad-er zijn eigen leervraag kan formuleren. In het kader van leven lang ontwikkelen en leren is dit een kenmerk dat bepaalt in hoeverre de afgestudeerde kan doorgroeien en ontwikkelen in de eigen rol in het werk. Het gaat daarbij om de ontwikkeling binnen de werkrol, gelet op het adaptief vermogen en flexibiliteit om in te kunnen spelen op veranderingen. De Ad-er formuleert niet alleen de leervraag, maar kan deze ook uitzetten door deze te delen met anderen en er gevolg aan te geven. Dit is een stap die laat zien dat de Ad-er in actie komt om te leren. Het bewust zijn van het eigen handelen binnen de werkrol is hierin de eerste vereiste die tijdens de opleiding wordt aangeleerd.

Methodisch Handelen – onderscheidend principe -

Het aantal theorieën en methodes die de student aangeleerd heeft in zijn studie is een selectie uit de beschikbare kennisbasis van de specifieke opleiding. Het is vanzelfsprekend dat de student de theorieën en methodes kent en kan demonstreren in de context van het beroep. Het niveau wordt bepaald door de mate van bekwaamheid en reflectie op de keuzes en acties. Van studenten wordt verwacht dat ze keuzes kunnen onderbouwen.

Elke opleiding kent zijn eigen body of knowledge and skills (BoKS). De ene opleiding is meer kennisintensief dan de andere. Ook zijn er opleidingen die juist meer focus leggen op skills en waarbij interactie tussen mensen meer centraal staat. Opleidingen kunnen de leerresultaten die niveau 5 aangeven verrijken met de eigen BoKS. Hiermee wordt de omschrijving concreter en beroepsspecifiek, waarmee de herkenbaarheid onder studenten, docenten en werkveldpartners wordt vergroot.

ZelCom model

Wanneer we het Ad-niveau goed willen definiëren, is het Zelcom model (Beschrijving niveau 5, 2018) een handig hulpmiddel het zoeken naar de onderscheidende principes die het verschil duiden tussen niveau 4 MBO, 5 Ad en 6 Bachelor. Een onderscheidend principe is het criterium dat bij elk niveau terugkomt en ten opzichte van een vorig niveau verandert.

Het project: Het ZelCommodel

Zelfstandigheid →	AD / HBO-ba	HBO-ba / HBO-ma	HBO-ma
	MBO-4 / AD	AD / HBO-ba	HBO-ba / HBO-ma
	MBO-4	MBO-4 / AD	AD / HBO-ba
ZelCom model	Complexiteit →		

Bron: Beschrijving niveau 5, 2018

Het niveau van de Ad is een combinatie van de mate van zelfstandigheid die de student heeft in een opdracht in de praktijk en de mate van complexiteit die de praktijkopdracht heeft. De combinatie kan zich in verschillende vormen voordoen:

- De mate van complexiteit en zelfstandigheid zijn allebei gemiddeld
- De mate van complexiteit is hoog en de student wordt stap voor stap begeleid, met een lage mate van zelfstandigheid
- De student krijgt een hoge verantwoordelijkheid en werkt zelfstandig in een relatief eenvoudige omgeving.

Zelfstandigheid en Complexiteit: Zelcom model - beschrijvingen van indicatoren bij hoge, gemiddelde en lage complexiteit en zelfstandigheid -

Niveau: Complexiteit HOOG en Zelfstandigheid LAAG	Niveau: Complexiteit en Zelfstandigheid GEMIDDELD	Niveau: Complexiteit LAAG en Zelfstandigheid HOOG
<p>Complexiteit: hoog</p> <ul style="list-style-type: none"> • Er moet een diversiteit aan opdrachten worden uitgevoerd in wisselende situaties. • Werkzaamheden zijn complex, onbekend en ongestructureerd. • De problemen moeten geanalyseerd worden. • De benodigde gegevens moeten worden verzameld. • Er is geen standaardaanpak, er moeten nieuwe procedures worden ontwikkeld. • Er zijn geavanceerde specialistische en vakoverstijgende kennis en vaardigheden nodig. • Er moeten nieuwe technologieën worden toegepast. • Er moet nieuwe kennis en vaardigheden worden ontwikkeld. • De situaties zijn onbekend, dynamisch en niet-transparant. • De organisatie is groot en er zijn veel regels waar rekening mee gehouden moet worden. <ul style="list-style-type: none"> • Er is een grote tijdsdruk. • De impact van de werkzaamheden is groot. • Er moet met meerdere partijen en politieke gevoeligheden rekening worden gehouden. 	<p>Complexiteit: gemiddeld</p> <ul style="list-style-type: none"> • Er moeten meerdere opdrachten worden uitgevoerd in één bepaalde situatie of één opdracht in wisselende situaties. • Werkzaamheden zijn divers, complex en gestructureerd. • Het probleem is deels bekend, en moet deels nog geanalyseerd worden • De benodigde gegevens moeten worden verzameld • Er is sprake van standaardprocedures, die moeten worden aangepast in wisselende situaties. • Er zijn specialistische kennis en vaardigheden nodig • De situatie is onbekend maar transparant. • De organisatie is van gemiddelde grootte en er zijn regels waar rekening mee gehouden moet worden <ul style="list-style-type: none"> • Er is tijdsdruk. • De impact en/of de politieke lading van de werkzaamheden is redelijk groot. • Er moet met meerdere partijen rekening worden gehouden. 	<p>Complexiteit: laag</p> <ul style="list-style-type: none"> • Er moet één opdracht worden uitgevoerd in één bepaalde situatie. <ul style="list-style-type: none"> • Werkzaamheden zijn eenvoudig en gestructureerd. • Het probleem is bekend. • De benodigde gegevens zijn bekend. • Er is sprake van standaardprocedures. • Er zijn basiskennis en basisvaardigheden nodig. • De organisatie is klein en er zijn weinig regels. <ul style="list-style-type: none"> • Er is weinig tijdsdruk. • De impact en politieke lading van de werkzaamheden zijn klein. • Er zijn weinig partijen bij betrokken.

Zelfstandigheid: laag	Zelfstandigheid: gemiddeld	Zelfstandigheid: hoog
<p>De student of beroepsbeoefenaar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • krijgt instructie, begeleiding en/of toezicht; • handelt volgens opdracht/instructie, niet uit eigen initiatief; • krijgt begeleiding bij hanteren van eigen ontwikkelingsproces; <ul style="list-style-type: none"> • neemt niet zelfstandig besluiten; • schakelt hulp in bij onverwachte omstandigheden; <ul style="list-style-type: none"> • heeft een operationele rol; • heeft een assiserende, ondersteunende of uitvoerende functie; • is verantwoordelijk voor goede uitvoering van de eigen werkzaamheden. 	<p>De student of beroepsbeoefenaar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • krijgt tussentijds begeleiding of begeleiding op afstand of op afroep; <ul style="list-style-type: none"> • handelt (ook) uit eigen initiatief; • hanteert grotendeels zelfstandig eigen ontwikkelingsproces; • maakt voor onderdelen van de opdracht zelfstandig keuzes en neemt zelfstandig besluiten; • speelt (binnen grenzen) in op onverwachte omstandigheden; <ul style="list-style-type: none"> • heeft een tactische rol; • heeft een uitvoerende, adviserende of organiserende functie; • is verantwoordelijk voor goede uitvoering van de eigen werkzaamheden; <ul style="list-style-type: none"> • stimuleert anderen; • begeleidt anderen. 	<p>De student of beroepsbeoefenaar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • krijgt weinig sturing en begeleiding; <ul style="list-style-type: none"> • handelt uit eigen initiatief; • hanteert zelfstandig eigen ontwikkelingsproces; • reflecteert zelfstandig op eigen werkzaamheden en rol; • maakt zelfstandig keuzes en neemt zelfstandig besluiten; • speelt in op onverwachte omstandigheden. <ul style="list-style-type: none"> • heeft veelal een strategische rol; • heeft een adviserende, organiserende, leidinggevende of beleidsbepalende functie; • is in grote mate verantwoordelijk voor eigen werk en voor de resultaten van teams/ projecten; <ul style="list-style-type: none"> • stimuleert anderen; • leidt anderen op; • stuurt anderen aan.

Bron: Beschrijving niveau 5, 2018.

De Ad in perspectief: de vergelijkingstrap

In 2013 is vanuit het landelijk netwerk Ad een niveaubeschrijving gemaakt waarin meerdere kaders met elkaar zijn vergeleken. Vanuit deze niveaubeschrijving is door de Rotterdam Academy van de Hogeschool Rotterdam voor de eigen studentpopulatie, medewerkers, werkveldpartners en mbo en hbo-partners een vergelijking tussen niveau 4 en 6 ontwikkeld. Deze vergelijking heet “het Ad in perspectief” en geeft weer hoe het Ad geplaatst kan worden ten opzichte van niveau 4 en niveau 6. Het maken van een vergelijking geeft inzicht in de niveaus en tegelijkertijd omvat het niet alle nuances van de onderliggende beroepsopleidingen. Het betreft een blik op het beroep in algemene termen.

Onderstaande figuur geeft een overzicht van de situering van niveau 5 en een vergelijking met niveau 4 en niveau 6. Hiermee wordt in één oogopslag helder waar het verschil in niveau door wordt bepaald. Het Ad in perspectief is in onderliggende figuur weergegeven.

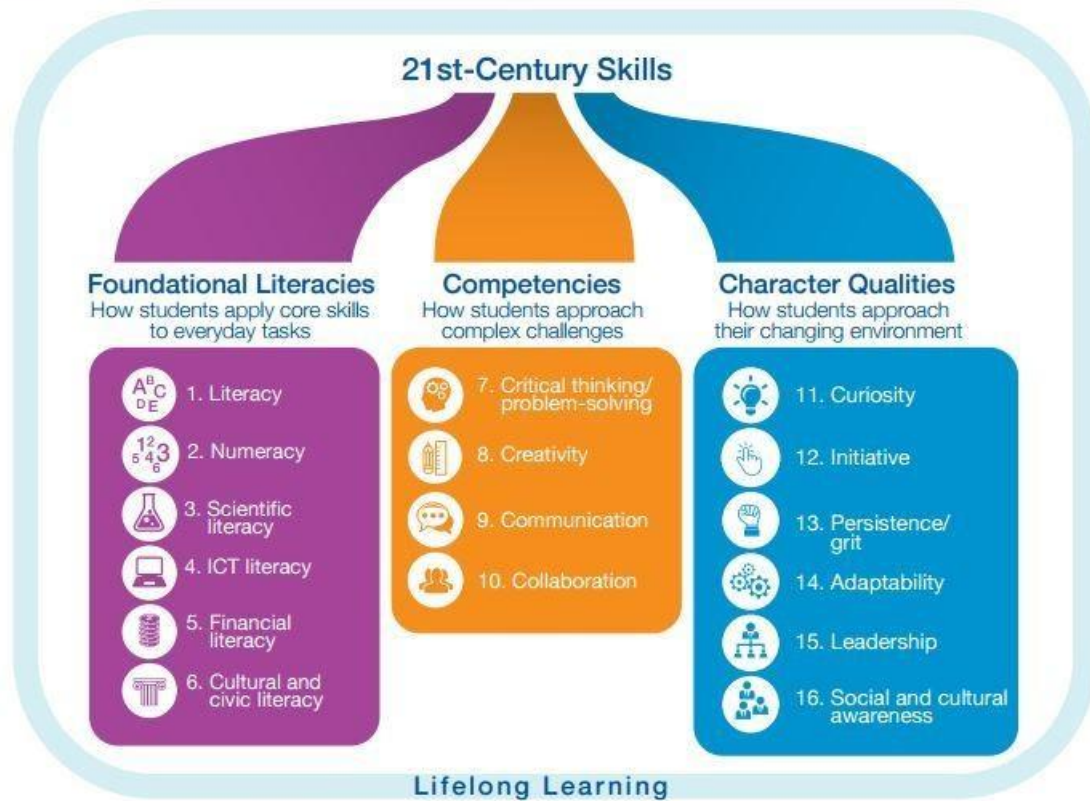
	Associate degree “Verbindt vakmanschap met operatie en strategie”	Bachelor “Is een vakman in bredere context”
MBO-4 “Verstaat zijn vak”	+	+
<i>De beginnend beroepsbeoefenaar</i>	<i>De beginnend beroepsbeoefenaar</i>	<i>De beginnend beroepsbeoefenaar</i>
Die volgens standaardprocedures en methodes werkt en deze toepast in het dagelijks werk.	Die theorieën uit zijn vakgebied toepast op een praktisch vraagstuk.	Die methodisch werkt en theorieën kan vertalen naar toepassingen voor de praktijkvraagstukken.
Die vrijwel zelfstandig werkt aan standaard taken en samenwerkt in zijn eigen team.	Die onder begeleiding werkt aan complexe taken en een operationeel team aanstuurt.	Die vrijwel zelfstandig aan complexere taken werkt en samenwerkt in een omgeving met meerdere factoren en belangen.
Die communiceert over zijn eigen taken in het team.	Die doelgericht communiceert over taken in het team t.o.v. de doelen van de organisatie.	Die met meerdere partijen communiceert en de verschillende belangen overziet.
Die problemen signaleert	Die de (onderzoeks)vraag formuleert	Die de vraag onderzoekt
Die de aangedragen oplossing toepast	Die de oplossing implementeert	Die de oplossingsstrategie formuleert
Die zijn eigen leervraag onder begeleiding kan formuleren	Die zijn eigen leervraag zelfstandig kan formuleren	Die zijn eigen leervraag kan regisseren

?

De Ad in perspectief (Bron: Beschrijving niveau 5, 2018).

BIJLAGE 2 21st Century Skills

Exhibit 1: Students require 16 skills for the 21st century



Note: ICT stands for information and communications technology.

Bron: Landelijk Opleidingsprofiel CE, 2017

BIJLAGE 3 LANDELIJK OPLEIDINGSPROFIEL BACHELOR CE

https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/219/original/commerciele_economie.lop.2017.pdf?1513870039



CE
LANDELIJK
OPLEIDINGSPROFIEL

BIJLAGE 4 VOORBEELD SKILLS BEOORDELING

Skills van de Ad Commerce – studentversie

Scoor jezelf op onderstaande skills voor de commercieel professional. Geef per stelling aan in hoeverre je hieraan voldoet (in jouw ogen) volgens onderstaande schaal:

1 = *helemaal niet mee eens*

2 = *niet mee eens*

3 = *mee eens*

4 = *helemaal mee eens*

Naam student:

Datum:

Skill	Score & Toelichting	Indicatoren
Kritisch denken / probleemoplossend vermogen Vermogen om situaties, ideeën en informatie te identificeren, analyseren en evalueren om antwoorden en oplossingen te formuleren		Ik ben in staat situaties, ideeën en informatie in kaart te brengen Ik ben in staat een analyse te maken van ideeën en informatie Ik ben in staat informatie te evalueren Ik kan aan de hand van analyse van gegeven antwoorden en oplossingen formuleren Ik ben kritisch ten opzichte van mijn werk en het werk van anderen
Creativiteit De mogelijkheid om nieuwe en innovatieve manieren te bedenken om problemen aan te pakken, vragen te beantwoorden of betekenis uit te drukken door de toepassing, synthese of herbestemming van kennis		Ik kan nieuwe en innovatieve manieren te bedenken om problemen aan te pakken Ik ben innovatief en creatief bij het beantwoorden van vragen Ik gebruik theoretische en praktische kennis bij het beantwoorden van vragen
Communicatie Kunnen luisteren, begrijpen, overbrengen en contextualiseren van informatie via verbale, non-verbale, visuele en schriftelijke middelen		Ik luister aandachtig naar de ander en vat samen wat er is gezegd. Het kost me geen moeite om uit lange en ingewikkelde teksten belangrijke informatie te halen. Ik kan informatie overbrengen aan anderen op zo een manier dat het begrepen wordt Ik kan gegeven informatie in context zien Ik maak op de juiste manier en op het juiste moment gebruik van verbale, non-verbale, visuele en schriftelijke middelen
Samenwerken De mogelijkheid om in een team samen te werken aan een gemeenschappelijk doel, inclusief het vermogen om conflicten te voorkomen en te beheren		Bij teamwork zorg ik voor een prettige en werkbare sfeer zodat we effectief kunnen samenwerken aan een gemeenschappelijk doel Ik werk graag in teamverband en vind het prettig om onderdeel van een team te zijn Ik spreek anderen aan op het nakomen van afspraken op een constructieve manier zodat conflicten voorkomen worden
Nieuwsgierigheid		Ik ben nieuwsgierig en stel vragen Ik kan 'out of the box' denken

Vermogen en verlangen om vragen te stellen en blijf te geven van ruimdenkendheid en nieuwsgierigheid		
Initiatief Vermogen en verlangen om proactief een nieuwe taak of doel te ondernemen		Ik ben pro-actief bij nieuwe taken of doelen en niet afwachtend In mijn werkzaamheden toon ik altijd initiatief
Doorzettingsvermogen De mogelijkheid om interesse en inzet te behouden en te volharden om een taak of doel te bereiken		Bij het uitvoeren van een taak toon ik blijvende inzet, interesse en gedrevenheid Het lukt me prima om mezelf te motiveren voor mijn taken. Ook als het moeilijk is blijf ik volhouden.
Aanpassingsvermogen De mogelijkheid om plannen, methoden, meningen of doelen te veranderen in het licht van nieuwe informatie		Als er nieuwe informatie beschikbaar komt, ben ik in staat mijn plannen, methoden, mening of doelen aan te passen
Leiderschap De mogelijkheid om anderen effectief te leiden, te begeleiden en te inspireren om een gemeenschappelijk doel te bereiken		Ik geef effectief leiding aan collega's Ik begeleid collega's op een constructieve manier Ik kan collega's inspireren met mijn ideeën
Verantwoordelijkheidsbesef Het bewustzijn dat de taken of plichten van zowel jezelf als anderen in je bedrijf of organisatie naar behoren moeten worden uitgevoerd.		Ik neem mijn werk serieus en voer dit zorgvuldig uit Ik ben integer Ik voel me betrokken bij het bedrijf Ik kom mijn afspraken na
Commercieel bewustzijn Het vermogen om inzicht te hebben in de werking van de markt en hoe hier maximaal van geprofiteerd kan worden		Ik weet hoe de marktmechanismen binnen en buiten het eigen bedrijf werken. Ik kan redenen benoemen waarom bepaalde producten of diensten succes hebben en andere niet Ik anticipeer op toekomstige trends en ontwikkelingen in de markt en signaleer deze vroegtijdig. Bij het betreden van nieuwe markten treed ik pro actief op bij mogelijke problemen Ik ben in staat vraagstukken analytisch te bekijken

Skills van de Ad Commerce – praktijkbegeleider/bedrijfscoachversie

Scor de student op onderstaande skills voor de commercieel professional. Geef per stelling aan in hoeverre de student hieraan voldoet volgens onderstaande schaal:

1 = *helemaal niet mee eens*

2 = *niet mee eens*

3 = *mee eens*

4 = *helemaal mee eens*

Naam praktijkbegeleider/bedrijfscoach:

Datum:

Skill	Score & Toelichting	Indicatoren
Kritisch denken / probleemoplossend vermogen Vermogen om situaties, ideeën en informatie te identificeren, analyseren en evalueren om antwoorden en oplossingen te formuleren		De student is in staat situaties, ideeën en informatie in kaart te brengen
		De student is in staat een analyse te maken van ideeën en informatie
		De student is in staat informatie te evalueren
		De student kan aan de hand van analyse van gegeven antwoorden en oplossingen formuleren
		De student is kritisch ten opzichte van zijn werk en het werk van anderen
Creativiteit De mogelijkheid om nieuwe en innovatieve manieren te bedenken om problemen aan te pakken, vragen te beantwoorden of betekenis uit te drukken door de toepassing, synthese of herbestemming van kennis		De student kan nieuwe en innovatieve manieren te bedenken om problemen aan te pakken
		De student is innovatief en creatief bij het beantwoorden van vragen
		De student gebruikt theoretische en praktische kennis bij het beantwoorden van vragen
Communicatie Kunnen luisteren, begrijpen, overbrengen en contextualiseren van informatie via verbale, non-verbale, visuele en schriftelijke middelen		De student luistert aandachtig naar de ander en vat samen wat er is gezegd.
		Het kost de student geen moeite om uit lange en ingewikkelde teksten belangrijke informatie te halen.
		De student kan informatie overbrengen aan anderen op zo een manier dat het begrepen wordt
		De student kan gegeven informatie in context zien
		De student maakt op de juiste manier en op het juiste moment gebruik van verbale, non-verbale, visuele en schriftelijke middelen
Samenwerken De mogelijkheid om in een team samen te werken aan een gemeenschappelijk doel, inclusief het vermogen om conflicten te voorkomen en te beheren		Bij teamwork zorgt de student voor een prettige en werkbare sfeer zodat we effectief kunnen samenwerken aan een gemeenschappelijk doel
		De student werkt graag in teamverband en vindt het prettig om onderdeel van een team te zijn
		De student spreekt anderen aan op het nakomen van afspraken op een constructieve manier zodat conflicten voorkomen worden
Nieuwsgierigheid Vermogen en verlangen om vragen te stellen en blijkt te		De student is nieuwsgierig en stelt vragen
		De student kan 'out of the box' denken

geven van ruimdenkendheid en nieuwsgierigheid		
Initiatief Vermogen en verlangen om proactief een nieuwe taak of doel te ondernemen		De student is pro-actief bij nieuwe taken of doelen en niet afwachtend In zijn of haar werkzaamheden toont de student altijd initiatief
Doorzettingsvermogen De mogelijkheid om interesse en inzet te behouden en te volharden om een taak of doel te bereiken		Bij het uitvoeren van een taak toont de student blijvende inzet, interesse en gedrevenheid Het lukt de student prima om zichzelf te motiveren voor de taken. Ook als het moeilijk is blijft de Ad-er Commerce of zij volhouden.
Aanpassingsvermogen De mogelijkheid om plannen, methoden, meningen of doelen te veranderen in het licht van nieuwe informatie		Als er nieuwe informatie beschikbaar komt, is de student in staat de plannen, methoden, mening of doelen aan te passen
Leiderschap De mogelijkheid om anderen effectief te leiden, te begeleiden en te inspireren om een gemeenschappelijk doel te bereiken		De student geeft effectief leiding aan collega's De student begeleidt collega's op een constructieve manier De student kan collega's inspireren met zijn of haar ideeën
Verantwoordelijkheidsbesef Het bewustzijn dat de taken of plichten van zowel jezelf als anderen in je bedrijf of organisatie naar behoren moeten worden uitgevoerd.		De student neemt zijn of haar werk serieus en voert dit zorgvuldig uit De student is integer De student toont betrokkenheid bij het bedrijf De student komt zijn of haar afspraken na
Commercieel bewustzijn Het vermogen om inzicht te hebben in de werking van de markt en hoe hier maximaal van geprofiteerd kan worden		De student weet hoe de marktmechanismen binnen en buiten het eigen bedrijf werken. De student kan redenen benoemen waarom bepaalde producten of diensten succes hebben en andere niet De student anticipeert op toekomstige trends en ontwikkelingen in de markt en signaleert deze vroegtijdig. Bij het betreden van nieuwe markten treedt de student pro-actief op bij mogelijke problemen De student is in staat vraagstukken analytisch te bekijken

Handtekening praktijkbegeleider/bedrijfscoach:

.....

BIJLAGE 5 GECONSULTEERDE WERKVELDRELATIES LANDELIJK DOMEINPROFIEL AD COMMERCE

De volgende organisaties hebben een bijdrage geleverd aan de totstandkoming van dit Domeinprofiel Ad Commerce:

In willekeurige volgorde:

MOA (Expertise Center voor Marketing Insights, Onderzoek en Analytics)

Brancheorganisatie Nima, Amsterdam.

SMA (Vakvereniging voor de Sales Professional)

Bol.com

Albert Heijn Zuid Limburg

The Cone Corner

Twin peaks hospitality

Xplore group

Berden Mode en Wonen

Rockwell Automation

Indicia

Louwman & Parqui

Markteffect

Brainport Development

BTG (Nederlandse Vereniging van Bedrijfstelecommunicatie Grootverbruikers)

Laméco Online marketing

Eindhoven 365: citymarketing Eindhoven

Samsung Business Center, Meerkerk.

Universe of Sales, Baarn.

Orange Cyberdefense Nederland, Utrecht.

Academy Partner Group, Nijmegen.

XY Marketing Solutions, Houten.

CLS LED

PP personeelsdiensten b.v.

Rittal BV

Progress4U

Almere Marktonderzoek Advies

Apollo Hotel Almere City Centre

Art of Dance

Beeing there

Bidfood

Blended Communication

Burger Support

Cth

Forza Consulting B.V.

freelance online marketeer

Gemeente Almere

Idea Company

Kyocera-Senco

Loko IT Specialisten

Loyens & Loeff

MeasureWorks

Mobiel Centre

MotraLinde

Now jobs

Ontwikkelingsmaatschappij Flevoland BV/ Horizon

Rabo Almere

Rebbls (Xebia) en Monk-ID

Ruigrok netpanel

Sir Geoffrey

Teleknowledge

Traffic Builders

TSR

Van Harte communicatie, eigen bedrijf

Van Riemsdijk top movers

Videoworks Europa

Sony Professional

Bax shops advies

Wannahaves

Webwinkel-deals

Yakult

Yarden

PwC

G4S