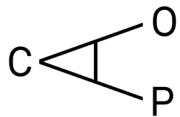


De ontwikkeling van Ad-opleidingen in beeld



Hoe gaan hogescholen om met de Ad-studentenpopulatie bij de ontwikkeling van Ad-opleidingen en wat kunnen stakeholders daarvan leren?



seo • economisch onderzoek

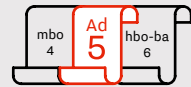


Dit onderzoek is gefinancierd door het



Over de Associate degree

2 jaar



EQF/NLQF-niveau
5

Aangeboden door hogescholen



Sinds 2018 wettelijk verankerd in Nederland

Faciliteert doorstroom naar hoger onderwijs



Bij uitstek geschikt voor op-, om- of bijscholing

325

opleidingen in 2020-2021



Instroom 2021-2022:
9.715 studenten

Drie case studies

Rotterdam Academy

- 20 opleidingen, voltijd en deeltijd
- Alle Ad's in één academie: sterke positionering, "RAC-gevoel", overkoepelende vakken en excellentieprogramma
- Gericht op Rotterdamse mbo'ers, vaak eerstegeneratiestudenten
- Strategische samenwerking met twee ROC's verbetert aansluiting en bekendheid
- Focus op studiesucces, begeleiding door docenten en peer coaching

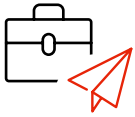
Avans Academie Associate degrees

- 13 opleidingen, voltijd en duaal
- Een van meerdere Ad-academies binnen hogeschool
- Positionering in eigen, speciaal ingericht gebouw
- Sterke link met het werkveld, integratie beroepspraktijk in het onderwijs
- Geïntegreerd projectonderwijs in open, multifunctionele ruimtes
- Nadruk op persoonlijke ontwikkeling; docent heeft de rol van coach

NHL Stenden

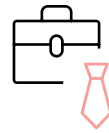
- 19 opleidingen in voltijd, deeltijd en duaal
- Ad's zitten in thematische academie bij bachelor en master; profiteren van slagkracht bachelor en maakt meerdere locaties mogelijk in dunbevolkt gebied
- Veel werkplekleren, praktijkvraag als vertrekpunt van leerproces
- Coachend leer- en ontwikkelproces

De Ad-student



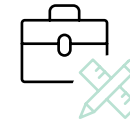
1. Mbo-doorstromer

- Extrinsic gemotiveerd: weegt kosten en baten van een opleiding tegen elkaar af
- Kiest voor Ad vanwege korte duur en praktijkgerichtheid
- Vindt het belangrijk om een diploma in het hoger onderwijs te behalen
- Twijfelt over of het niveau niet te hoog is
- Belangrijk dat hij zich thuis voelt en dat de opleiding aansluit op het mbo



2. Werkende

- Extrinsic gemotiveerd: op zoek naar hogere functie of beter salaris
- Kiest voor Ad vanwege korte duur en praktijkgerichtheid
- Steeds vaker net afgestudeerd aan mbo
- Studeert in deeltijd (omscholing) of duaal (opscholing)
- Drempel: aansluiting opleiding bij werk en gezinssituatie



3. Vo'er/afstromer

- Geen primaire doelgroep maar weet de Ad steeds beter te vinden
- Praktisch ingesteld, wil geen vierjarige academische opleiding
- Streeft naar een specifiek beroep op Ad-niveau

Aandachtspunten bij invulling Ad-opleidingen



Inhoud:

- Praktijkgericht
- Aandacht voor studiesucces
- Curriculum niet te vol in eerste jaar



(Zelf)sturing:

- Studenten moeten vaak nog leren zelfstandig te werken
- Projectgericht werken



Onderwijsvisie:

- Aansluiting bij mbo-onderwijs
- Flexibel onderwijs, verweven met de praktijk



Leeromgeving:

- Eigen Ad-gebouw met passende leerruimtes
- Werkplekleren



Rol van de lerende:

- Individuele ondersteuning studenten
- Zelf toepassen in praktijkopdrachten



Didactische werkvormen:

- Afhankelijk van doelgroep en opleiding
- Zeer divers, van praktijkopdracht tot werkgroep of college



De rol van de docent:

- Mix van docenten uit mbo, hbo en praktijk
- Docent als coach



Evaluatie:

- Beroepsproducten of portfolio's
- Soms ook kennistoetsen nodig
- Snelle successen aan begin opleiding zorgen voor zelfvertrouwen

Voltijd, deeltijd of duaal?



- Vraag voor nieuwe opleiding komt vaak uit werkveld



- Voltijd: leidt op tot startersfunctie
- Deeltijd: geschikt voor ervaren werkenden en doorstromers die werken en leren combineren
- Duaal: opscholing van bestaande workforce

Conclusie

- Houd bij ontwikkeling Ad-onderwijs rekening met eigenstandigheid van de doelgroep.
- Ad's moeten binnen twee jaar opleiden tot werk: minder tijd voor theorie en snelle aansluiting op beroepspraktijk nodig.
- Structureel contact met mbo, hbo-bachelor en werkveld zorgt voor goede aansluiting.