

**Aanvraagformulier Macrodoelmatigheidstoets
Nieuwe Opleiding**

**Associate Degree
Commerciële Economie met uitstroomprofiel
E-commerce
(Ad CE-E)**



Juni 2025

Creating Tomorrow

Aanvraagformulier Macrodoelmatigheidstoets Nieuwe Opleiding

1. Basisgegevens Instelling

Naam instelling(en)	Hogeschool van Amsterdam
BRIN-code(s)	28DN
KvK-nummer(s)	34215054
Contactpersoon aanvraag	██████████ ██████████ ██████████
Contactpersoon CvB	██████████ ██████████ ██████████

2. Basisgegevens opleiding

Kenmerk aankondiging	A25-019
Naam	Commerciële Economie
Oriëntatie	Hbo
Niveau	Associate degree
Vorm	Voltijd en deeltijd
Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd	Amsterdam
Taal	Nederlands
Studielast	120 EC
Studieduur	2 jaar
Beroepsvereisten	n.v.t.
Capaciteitsbeperking	n.v.t.
Beoogde startdatum	September 2026
ISAT-code (indien bekend)	80103
RIO-(sub)onderdeel	Economie
ISCED-rubriek (optioneel)	04 recht, administratie, handel en zakelijke dienstverlening

1. Introductie

De Hogeschool van Amsterdam (HvA) is voornemens een nieuwe Associate degree (Ad) Commerciële Economie met uitstroomprofiel e-commerce (Ad CE-E) te starten, beschikbaar in zowel voltijd als deeltijd. Deze tweejarige opleiding leidt professionals op voor het digitale commerciële domein. Afgestudeerden ontwikkelen expertise in e-commerce en kunnen klantbehoeften effectief vertalen naar concrete digitale oplossingen. Ze worden opgeleid om alle aspecten van onlinehandel te beheersen onder andere met Artificial Intelligence (AI): van digitale marketing en verkoop tot logistiek en klantenservice via webshops en digitale platforms. De opleiding is zorgvuldig afgestemd op het landelijk vastgestelde Domeinprofiel Ad Commerce en voldoet aan de kwaliteitseisen voor hoger onderwijs¹.

Uit kwalitatief werkveldonderzoek van Lexnova en van de HvA komt naar voren dat werkgevers ingrijpende ontwikkelingen verwachten in de e-commerce sector. AI heeft een prominente rol in diverse aspecten van e-commerce: van contentcreatie en klantenservice tot geavanceerde advertising, planning en data-analyse. Het verzamelen, beheren en analyseren van klantdata wordt complexer door aangescherpte privacywetgeving en regelgeving. Kennis van deze juridische kaders is daarom essentieel geworden voor e-commerce professionals. Daarnaast groeit de vraag naar gepersonaliseerde klantcommunicatie, waarbij bedrijven hun doelgroepen op individueel niveau willen bereiken en bedienen. En ook op het gebied van duurzaamheid worden er de komende jaren hoge eisen gesteld aan webwinkels gegeven de aankomende Europese wetgeving.

Deze ontwikkelingen transformeren het werkveld van de e-commerce professional fundamenteel. De moderne professional moet een delicate balans kunnen vinden tussen het benutten van technologische innovaties in data-analyse en het waarborgen van duurzame bedrijfsvoering. Dit vereist niet alleen technische en commerciële vaardigheden, maar ook een sterk ontwikkeld ethisch kompas en begrip van maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Door de toenemende complexiteit van het vakgebied verschuift de gewenste startkwalificatie van e-commerce professional van mbo naar hbo-niveau. De arbeidsmarkt vraagt nadrukkelijk om nieuwe medewerkers met een hbo-werk- en denkniveau. Tegelijkertijd hebben huidige mbo-4 opgeleide specialisten die al werkzaam zijn in de e-commerce sector behoefte aan actualisering van hun kennis en vaardigheden. De Ad CE-E speelt hierop in door zowel een voltijd- als deeltijdvariant aan te bieden. Hiermee vult de HvA een belangrijke lacune in zowel de arbeidsmarkt als het onderwijsaanbod binnen de regio Groot-Amsterdam.

Hoewel het initiële plan was gericht op een specifieke Ad e-commerce opleiding, is in overleg met het landelijk Ad-domeinoverleg Commerce & Creative gekozen voor de naam Ad Commerciële Economie met het uitstroomprofiel e-commerce. Deze keuze sluit aan bij het streven naar uniforme opleidingsnamen binnen het domein, waardoor de herkenbaarheid voor aankomende studenten en het werkveld vergroot wordt. Daarnaast is deze keuze passend bij ons streven om een optimale doorstroom voor mbo-studenten te faciliteren. Met deze bredere domeinnaam kunnen mbo-studenten instromen in de Ad en vervolgens naadloos doorstromen naar onze bachelor Commerciële

¹https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/252/original/Domeinprofiel_Associate_Degree_Commerce_-_2021.pdf

Economie, omdat de opleidingen qua landelijke leeruitkomsten en qua positionering duidelijk op elkaar aansluiten.

De ontwikkeling van deze opleiding is het resultaat van een intensieve samenwerking tussen de HvA en het ROC van Amsterdam – Flevoland (ROCvA-F), waarmee direct wordt ingespeeld op de duidelijk aangetoonde behoefte vanuit het werkveld naar e-commerce professionals. Dit partnerschap richt zich op een soepele doorstroom van mbo4-studenten naar de Ad van de HvA, ondersteund door een subsidie van 119.000 euro van de gemeente Amsterdam (zie hoofdstuk 6). Deze structurele samenwerking versterkt de onderwijsketen en beantwoordt aan de groeiende vraag naar goed opgeleide e-commerce professionals.

2. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma

In onderstaande paragrafen wordt kort de inhoud van de opleiding en het onderwijsprogramma beschreven. Een volledige beschrijving van de opbouw van het curriculum en leeruitkomsten is te vinden in Bijlage 2 waarin het eindniveau is geconcretiseerd.

2.1. Inhoud van de opleiding

De Ad CE-E leidt studenten in twee jaar tijd op tot e-commerce professionals, zowel in voltijd als deeltijd. Afgestudeerden excelleren in het vertalen van klantbehoeften naar effectieve digitale oplossingen op het gebied van marketing, verkoop, logistiek en dienstverlening via webshops en online platforms. Als moderne professional combineert de e-commerce professional commercieel inzicht met maatschappelijke verantwoordelijkheid, waarbij thema's als duurzaamheid en diversiteit actief worden geïntegreerd in de bedrijfsvoering. De meeste Nederlandse webshops ondernemen wel duurzame activiteiten, maar de impact is nog te klein om aan de komende EU-regels te voldoen; daarom krijgt dit onderwerp nadrukkelijk aandacht in het Ad-programma².

De kern van het vakmanschap van de e-commerce professional ligt in het analyseren van complexe data over klantgedrag, verkooptrends en marktontwikkelingen. Zowel uit onderzoek van Lexnova (Bijlage 1a en 6a) als de HvA (Bijlage 1c) blijkt dat het doelgericht inzetten van AI hierbij een steeds grotere rol speelt, en deze ontwikkeling wordt breed erkend door professionals uit het werkveld. Door de inzet van AI kunnen e-commerce professionals innovatieve en datagedreven oplossingen ontwikkelen die aantoonbaar bijdragen aan het behalen van bedrijfsdoelstellingen. Daarnaast wordt het monitoren van duurzame impact en het meten van resultaten van circulaire initiatieven van webwinkels een steeds belangrijker onderdeel van het takenpakket, mede door toenemende maatschappelijke verwachtingen en aankomende Europese regelgeving op dit gebied.

Daarom legt de opleiding een sterke nadruk op het leren werken met en toepassen van AI in het onderwijsprogramma. Studenten worden zo voorbereid op de huidige en toekomstige eisen van het vak, waarin kennis van data-analyse, strategisch inzicht en AI-vaardigheden onmisbaar zijn.

² <https://www.cmihva.nl/publicaties/de-route-naar-circulaire-e-commerce/>

Ook Thuiswinkel.org³ bevestigt dat AI inmiddels een essentieel onderdeel is van moderne e-commerce. In hun recente expertgroepen, bijvoorbeeld via ShoppingTomorrow, brengen zij vooral de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van AI in kaart en geven deze terug aan de sector. E-commerceprofessionals leren hierdoor niet alleen wat AI is, maar krijgen ook inzicht in hoe je het praktisch kunt inzetten in de dagelijkse praktijk, zoals het optimaliseren van de klantreis, het automatisch genereren van productinformatie en het werken met AI-agents binnen Product Informatie Management-systemen.

Beoogde leeruitkomsten

Op basis van de landelijke leerresultaten uit het domeinprofiel Ad Commerce zijn vier beoogde leeruitkomsten voor de Ad CE-E geformuleerd (Bijlage 2a). Deze leeruitkomsten vertegenwoordigen de eindtermen van de opleiding.

Leerresultaat 1: Koers bepalen

De e-commerce professional ontwikkelt een tactisch-commerciële koers binnen de gestelde context en kaders van de organisatie waarbij ze gebruik maken van relevante e-commerce tools en methodes. Hierbij baseert de e-commerce professional zich op de interne en externe bedrijfsomstandigheden van een webshop en/of e-commerce-gerelateerde applicaties en identificeert kansen in de markt om een duurzaam concurrentievoordeel te realiseren.

Leerresultaat 2: Waarde creëren

De e-commerce professional identificeert wat van duurzame waarde is voor klanten, de organisatie en de maatschappij. Met dit inzicht ontwikkelt en implementeert de e-commerce professional een actieplan dat gericht is op het stimuleren van de commerciële groei van de organisatie door onder andere het optimaliseren van de online 'customer journey'. De professional integreert hierbij ecologische duurzaamheidsprincipes in de dagelijkse processen en benut tegelijkertijd AI en andere digitale technologieën om operationele efficiëntiewinst en kostenbesparingen te realiseren.

Leerresultaat 3: Business development en realiseren

De E-commerce professional ontwikkelt en realiseert innovatieve, toekomstbestendige oplossingen die inspelen op klantbehoeften en marktontwikkelingen. Door data-analyse en AI doelgericht in te zetten, worden strategische inzichten vertaald naar commerciële concepten die bijdragen aan duurzame groei, zowel economisch als ecologisch, en die passen binnen de missie en het businessmodel van de organisatie.

Leerresultaat 4: Afstuderen

De e-commerce professional richt zich op het optimaliseren van duurzame en gebruiksvriendelijke e-commerceplatforms. Deze ontwikkeling vindt plaats door de toepassing van verworven vaardigheden en kennis. De e-commerce professional verbetert de online- customer journeys en implementeert effectieve digitale strategieën, wat resulteert in concrete en effectieve oplossingen voor diverse afnemers.

³ <https://www.thuiswinkel.org/kennisbank/kennisartikelen/ai-in-e-commerce-wat-kun-je-verwachten-van-onze-expertgroepen-in-2025/>

2.2 Onderwijsprogramma

Het onderwijsprogramma (Figuur 1) voor voltijd en deeltijd is direct gebaseerd op de vier leerresultaten en besteedt bij elk thema expliciet aandacht aan AI-toepassingen en AI-geletterdheid. Een voorbeeld is de leerlijn 'SEO, SEA, SMO & GEO', waarin studenten leren organische vindbaarheid, betaalde advertenties, sociale merkactivatie en Generative-Engine-Optimisation als één geheel te benaderen. Ze doen data-gedreven onderzoek naar zoekwoorden, doelgroepen en generatieve triggers, terwijl AI-tools dynamische content genereren, zoek- en scrollintenties voorspellen en biedstrategieën automatiseren. Zo combineren ze fundamenteel inzicht met realtime optimalisatie, waarbij menselijk strategisch denken en AI elkaar versterken.

Jaar / Semester	Semester 1 – Koers bepalen (30 EC)	Semester 2 – Waarde creëren (30 EC)
Jaar 1 (60 EC)	Basiskennis online marketing	Van bedrijfsstrategie naar advies
	Web analytics	Optimaliseren customer journey
	Ethiek, Wet- en regelgeving	Neuromarketing en consumentengedrag
	E-Business tools en methodes	Businessmodellen
	Kansen identificeren	Logistieke keten
	Personeel gedrag, Engels en Communicatieve vaardigheden	Personeel gedrag, Engels en Communicatieve vaardigheden
Beroepsproducten	Kennistoets	Data-analyse rapport
	Vacature-analyse	Klanttevredenheidsonderzoek
	SWOT-analyse	Optimalisatievoorstellen gebaseerd op web analytics
Jaar / Semester	Semester 1 – Business development en Realiseren (30 EC)	Semester 2 – Afstuderen (30 EC)
Jaar 2 (60 EC)	E-supply en E-marketing	Optimalisatie e-commerce platforms
	Cross-border e-commerce	Verdiepingsmodules
	Duurzame marketing	Communities
	Data-driven marketing	Data presentatie
	Managementvaardigheden	Professioneel gedrag, Engels en Communicatieve vaardigheden
	Personeel gedrag, Engels en Communicatieve vaardigheden	
Beroepsproducten	Adviesrapport + gesprek	Afstudeeropdracht
	(Int.) Communicatievaardigheden	Optimaliseren digitale bedrijfsprocessen

Figuur 1. Onderwijsprogramma.

De voltijdvariant richt zich op studeren in voltijd, waarbij het leren vooral on-campus binnen een leergemeenschap plaatsvindt, afgewisseld met leren in de praktijk d.m.v. opdrachten en stages. De deeltijdvariant richt zich op zittend personeel of werkenden met een relevante werkplek. Zij combineren werken en leren en passen het geleerde direct toe op hun werkplek.

De Ad CE-E sluit nauw aan bij de specifieke behoefte van het bedrijfsleven in de regio Groot-Amsterdam. Door directe samenwerking met Amsterdamse organisaties op het gebied van e-commerce biedt de opleiding relevante praktijkervaring, netwerkopbouw en regionale arbeidsmarktkansen die niet op vergelijkbare wijze elders beschikbaar zijn.

3. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen

Uit het marktonderzoek van Lexnova (Bijlage 1a en 3a) en aanvullend onderzoek van de HvA (Bijlage 1c) komt een duidelijke tweeledige behoefte naar voren: enerzijds de vraag naar bij- en opscholing (kennis/vaardigheden uitbreiden naar een hoger niveau) van en voor bestaande medewerkers via een deeltijdopleiding, anderzijds de behoefte aan nieuwe professionals via een voltijdopleiding. De

Ad CE-E staat open voor iedereen met een mbo-4, havo- of vwo-diploma, zonder aanvullende toelatingseisen. Zij kunnen instromen via een 21+ toets, als ze niet beschikken over de eerdergenoemde diploma's (een mbo-4, havo- of vwo-diploma).

De primaire doelgroep voor de voltijdopleiding Ad CE-E zijn mbo-studenten van niveau 4. Het Technische Rapport Hoger Onderwijs – De Staat van het Onderwijs 2025⁴ (Bijlage 4) meldt dat ongeveer 73% van de directe instroom in associate degree-opleidingen afkomstig is van mbo-niveau 4. De Ad-opleiding is daarmee vooral een brugopleiding die mbo'ers helpt om een stap richting het hoger onderwijs te zetten en hun kansen op de arbeidsmarkt te vergroten. Door de strategische samenwerking met het ROCvA-F kunnen wij met deze opleiding een goede aansluiting en soepele doorstroom voor mbo-studenten mogelijk maken wat de kans op studiesucces vergroot. Daarnaast blijkt dat in 2023-2024 ongeveer 22% van de instroom in voltijd Ad-opleidingen afkomstig is van havisten met een diploma. Dit percentage is de afgelopen jaren gestegen; een aantal jaar geleden lag het nog rond de 10-12%. Bijna de helft van deze instroom in voltijd (47,9%) bestaat uit studenten die eerder een andere ho-opleiding hebben gevolgd. De voltijdvariant van deze opleiding richt zich op studenten die hun kennis en vaardigheden in de praktijkgerichte wereld van e-commerce willen verdiepen en uitbreiden. Deze studenten zijn vaak op zoek naar een gespecialiseerde, maar korte studie die hen snel voorbereidt op een carrière in de dynamische en snelgroeiende e-commerce sector. De Ad-opleiding is daarmee niet alleen een aanvullende opleiding voor mbo'ers die zich verder willen specialiseren, maar ook voor havisten die willen doorstromen en voor overstappers uit het ho-onderwijs.

De deeltijdopleiding richt zich op werkenden die hun kennis en vaardigheden willen verbreden en verdiepen om beter te functioneren in hun huidige functie, door te groeien naar een hoger niveau binnen hun organisatie of zich voor te bereiden op een nieuwe stap in hun carrière. Het gaat bijvoorbeeld om medewerkers die al enkele jaren werkzaam zijn in de commerciële sector en behoefte hebben aan een theoretische verdieping van hun praktijkervaring, of medewerkers die willen doorgroeien naar functies met meer verantwoordelijkheid, zoals (assistent-)e-commerce manager of teamcoördinator. De deeltijdopleiding biedt de mogelijkheid om werk en studie te combineren en direct de opgedane kennis toe te passen op de werkvloer, waardoor zowel de medewerker als de werkgever profiteert van deze investering in scholing. Hiermee sluit de deeltijdvariant aan bij de wens van bedrijven om de medewerkers duurzaam inzetbaar te houden en hen op te leiden tot breed inzetbare professionals in de snel ontwikkelende e-commerce sector.

⁴ <https://www.onderwijsinspectie.nl/documenten/rapporten/2025/04/16/technisch-rapport-hoger-onderwijs>

4. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden

4.1 Beroepsprofiel

De e-commerce professional op Ad-niveau richt zich op het optimaliseren van webshops en online platforms, zoals marketplaces (bijvoorbeeld Bol.com of Amazon), apps, social shopping (zoals aankopen via Instagram) en retail media, en op het verbeteren van de online customer journey.

De professional heeft de volgende kerntaken:

- Vergroten van de online naamsbekendheid en vindbaarheid van het bedrijf door tactische aanpassingen te implementeren in bijvoorbeeld zoekmachineadvertenties (SEA), zoekmachineoptimalisatie (SEO) en Generative-Engine-Optimisation (GEO), zodat content ook door generatieve AI-modellen als betrouwbare bron wordt geselecteerd.
- Het optimaliseren van de gehele online customer journey, met als doel klanten een soepele, gepersonaliseerde en aantrekkelijke ervaring te bieden op webshops en andere digitale platforms. De e-commerce professional werkt daarbij aan het verhogen van conversies én het stimuleren van duurzaam consumentengedrag. Dit vereist inzicht in klantbehoeften, digitale marketing, data-analyse en de logistieke keten.
- Verzamelen en analyseren van data rondom klantgedrag, verkooptrends en marktgegevens (inclusief concurrenten) om de online performance continu te verbeteren.
- Ontwikkelen van content in verschillende vormen, zoals tekst, beeld, video en geluid, waarbij AI-tools worden ingezet om deze content te creëren en te optimaliseren voor online-advertenties, social media en diverse pagina's binnen de webshop.
- Bijdragen aan het optimaliseren en verduurzamen van onderdelen binnen de e-supply keten. Dit houdt in dat de e-commerce professional processen rondom voorraadbeheer, orderverwerking, betalingen, logistiek en klantenservice analyseert en verbetert, met speciale aandacht voor digitale efficiëntie en het verkleinen van de ecologische voetafdruk binnen de gehele online keten.
- Effectief en verantwoord werken met bestaande AI-oplossingen binnen de e-commercepraktijk. Dit houdt in dat de professional AI-tools inzet voor onder andere contentcreatie, personalisatie, data-analyse en procesoptimalisatie, met oog voor de mogelijkheden en beperkingen van deze technologieën. De e-commerce professional is in staat om de uitkomsten van AI-toepassingen kritisch te beoordelen en deze op een ethische en doelgerichte manier toe te passen binnen de organisatie.
- Integreeren van duurzaamheid in alle aspecten van de e-commercepraktijk. De e-commerce professional beschikt over kennis van duurzaamheidspraktijken en wetgeving, werkt vanuit het principe van meervoudige waardecreatie en streeft actief naar een positieve impact op milieu en samenleving. Door duurzaamheid te verankeren in visie en strategie, draagt de professional bij aan het benutten van toekomstige marktkansen en het versterken van de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de organisatie.

4.2 Beroepscontexten en functies

De e-commerce sector biedt brede carrièremogelijkheden, zowel binnen het MKB als bij grotere organisaties met een eigen webshop of activiteiten op online marktplaatsen. Waar ROA spreekt over adviseurs marketing, public relations en sales, hebben Panteia en Thuiswinkel.org de e-commerce arbeidsmarkt specifiek in kaart gebracht en functies benoemd die direct gericht zijn op deze sector^{5,6}. Deze functies sluiten naadloos aan bij het beroepsprofiel waarvoor de Ad CE-E opleidt (Figuur 2).

Online marketeer	CRM E-mail Marketeer	GEO-specialist
E-commerce marketeer	Product content creator	Marketplace marketing specialist
AI & GEO-data analyst	SEA-specialist	Search engine marketeer
E-commerce analyst	E-commerce manager	SEO-specialist
Shopify specialist	Performance marketeer	Content specialist

Figuur 2. Beroepsmogelijkheden

5. Analyse verwant (toekomstig) aanbod

In dit hoofdstuk analyseren we het bestaande aanbod van sterk verwante en verwante opleidingen in Nederland en in de regio Groot-Amsterdam in het bijzonder.

5.1 Verwante opleidingen

Sterk verwante opleidingen

Onze Ad CE-E vertoont inhoudelijke verwantschap met diverse bestaande opleidingen, maar onderscheidt zich door een unieke positionering en inhoudelijke focus. Hieronder volgt een analyse van de sterk verwante opleidingen en onze onderscheidende kenmerken.

Primair sterk verwante opleidingen

De volgende opleidingen beschouwen wij als het meest sterk verwant:

- **Ad e-commerce** (deeltijd en voltijd) van Christelijke Hogeschool Windesheim Zwolle, de Haagse Hogeschool en Hogeschool Utrecht

Uit de concurrentieanalyse van Lexnova (Bijlage 5a) blijkt dat deze opleidingen inhoudelijk het meest overeenkomen met onze voorgenomen Ad CE-E. Net als onze opleiding richten zij zich vanaf de start op het e-commerce werkveld en bieden een praktijkgerichte leeromgeving waarin digitale marketing, data-analyse, webshopontwikkeling, online sales platforms en customer experience centraal staan.

Onderscheidend vermogen

Ondanks deze overeenkomsten, differentieert onze Ad CE-E zich op specifieke punten:

1. **Integrale benadering:** Waar Windesheim Zwolle en de Haagse Hogeschool een brede focus hebben op digitale marketing en e-commerce, hanteert de HvA een integrale benadering waarbij naast online marketing en sales ook AI, supply chain management, ICT en data structureel in het curriculum zijn verankerd.

⁵ <https://www.thuiswinkel.org/kennisbank/kennisartikelen/thuiswinkel-arbeidsmarkt-monitor-ontdek-de-laatste-trends-en-inzichten/>

⁶ <https://www.retailinsiders.nl/bibliotheek/download/functies-en-competenties-in-de-e-commerce>

2. **Regionale verankering:** De opleiding is stevig ingebed in de e-commerce infrastructuur van Groot-Amsterdam, met directe verbindingen naar:
 - Het lectoraat Digital Commerce
 - Regionale e-commerce bedrijven
 - ROCvA-F
3. **Kennisintegratie via lectoraat:** Het lectoraat Digital Commerce verrijkt het curriculum met actuele kennis op gebieden als:
 - AI-toepassingen in e-commerce
 - Cross-border e-commerce
 - Circulariteit in e-commerce
 - Marketplace-strategieën
 - Duurzame marketingpraktijken

Secundair sterk verwante opleidingen

Daarnaast identificeren wij de volgende opleidingen als secundair sterk verwant:

- **Ad Commerciële Economie** (duaal, deeltijd en voltijd) van Christelijke Hogeschool Windesheim Almere, NHL Stenden Emmen, Fontys Hogescholen Eindhoven en HAN Arnhem
- **Ad Sales en Accountmanagement** (deeltijd en voltijd) van Hogeschool Utrecht en Hogeschool Rotterdam

Deze opleidingen vertonen gedeeltelijke inhoudelijke overlap, bedienen dezelfde instroomdoelgroep en leiden deels op voor dezelfde arbeidsmarkt. Echter, e-commerce vormt in deze opleidingen slechts een onderdeel of thema, terwijl het bij onze Ad CE-E de kern vormt van alle beroepsgerichte vakken, projecten en de afstudeerroute.

Vergelijkende analyse met Windesheim Almere

Onderstaande vergelijking (Figuur 3) illustreert de essentiële verschillen tussen de Ad Commerciële Economie van Windesheim Almere en onze Ad CE-E:

Aspect	Windesheim Ad Commerciële Economie Almere	HvA Ad CE-E
Structuur curriculum	1e semester breed (marketing & sales), daarna keuze marketing of sales afstudeerrichting	Geen keuze, volledige focus op e-commerce vanaf de start
Specialisatie	Marketing of Sales (gescheiden leerroutes vanaf semester 2)	Integrale e-commerce: AI, online marketing, sales, supply chain, ICT, data, duurzaamheid
Digitale tools / AI	Basis online marketing, geen tools expliciet benoemd	Uitgebreid: Shopify, Similarweb, Google Analytics, AI-tools, zoals ChatGPT, Firefly, Midjourney, Mailchimp, HubSpot, Exact Online, Picqer, TradeGecko.
Duurzaamheid	Niet expliciet onderdeel curriculum	Structureel geïntegreerd: duurzame ketens, CSR, duurzaam ondernemen
Afstudeerfase	Gescheiden: marketing (crossmediale communicatie) of sales (sales & accountmanagement)	Afstuderen in e-commerce domein

Praktijkstructuur	Co-makerships/stages met duidelijke scheiding per afstudeerrichting	Praktijk via ROC-samenwerking, bedrijven, lectoraat — integrale digitale praktijk
--------------------------	---	---

Figuur 3. Vergelijking Ad programma Windesheim Almere en Amsterdam

Deze vergelijking, opgesteld naar aanleiding van onze vorige CDHO-aanvraag, benadrukt de positionering van onze Ad CE-E als een gespecialiseerde, integrale e-commerce opleiding die vanaf dag één volledig gericht is op het digitale commerciële domein.

Zijdelings verwante opleidingen

Naast de sterk verwante opleidingen is er een categorie opleidingen die we als zijdelings verwant classificeren. Deze opleidingen vertonen raakvlakken met onze Ad CE-E, maar verschillen substantieel in focus, doelgroep of beroepsperspectief.

Analyse van zijdelings verwante opleidingen

Uit de concurrentieanalyse van Lexnova (Bijlage 5a) komen de volgende opleidingen naar voren als zijdelings verwant:

- **Ad Ondernemen** (Windesheim Almere, Hogeschool Rotterdam, Hanze Hogeschool en Christelijke Hogeschool Ede)
Raakvlak: Ondernemersvaardigheden relevant voor e-commerce
Vershil: Brede focus op ondernemerschap zonder specifieke e-commerce specialisatie
- **Ad Online Marketing** (De Haagse Hogeschool)
Raakvlak: Digitale marketingstrategieën en -technieken
Vershil: Beperkt zich tot marketingaspecten zonder integratie van e-commerce operaties, supply chain en platformontwikkeling
- **Ad Marketing Management** (Avans)
Raakvlak: Marketingstrategieën en klantinzichten
Vershil: Breder marketingperspectief zonder specifieke focus op digitale handel en e-commerce platforms
- **Ad Commercieel Management** (Saxion)
Raakvlak: Commerciële strategieën en klantrelaties
Vershil: Traditionelere benadering van commercie zonder diepgaande digitale focus
- **Ad Ondernemerschap & Retail Management** (Avans, Stenden, Fontys en Hogeschool Utrecht)
Raakvlak: Retailkennis en ondernemersvaardigheden
Vershil: Sterkere focus op fysieke retail of breed ondernemerschap zonder geïntegreerde e-commerce benadering

Onderscheidend vermogen

Onze Ad CE-E onderscheidt zich van deze zijdelings verwante opleidingen door:

1. **Integrale e-commerce benadering:** Waar de genoemde opleidingen slechts één aspect van e-commerce belichten (marketing, logistiek, ondernemerschap), biedt onze opleiding een geïntegreerd perspectief waarin alle facetten van e-commerce samenkomen.

2. **Technologische diepgang:** Onze opleiding biedt substantiële aandacht aan technologische aspecten zoals platformontwikkeling, AI-toepassingen en data-analyse specifiek voor e-commerce.
3. **Actuele digitale vaardigheden:** Waar traditionelere opleidingen digitale componenten als aanvulling behandelen, vormen deze bij ons de kern van het curriculum.
4. **Directe aansluiting op e-commerce arbeidsmarkt:** Onze afgestudeerden zijn direct inzetbaar in het specifieke e-commerce werkveld, terwijl de zijdelings verwante opleidingen breder opleiden voor diverse sectoren.

Nieuw (verwachte) macrodoelmatigheidsaanvragen

Hogeschool Inholland in Haarlem/Rotterdam is voornemens een CDHO-dossier in te dienen voor de opleiding Ad e-commerce (primair sterk verwant).

6. Regionale inbedding, instroom en doorstroom

6.1 Regionale inbedding

De regio Groot-Amsterdam is dé digitale hub van Nederland, met een hoge concentratie aan e-commercebedrijven, tech-startups en een uitgebreid ecosysteem van toeleveranciers, digitale agencies en AI-bedrijven die innovatieve oplossingen ontwikkelen. In deze regio werken relatief veel professionals in marketing, public relations en sales, wat de sterke arbeidsmarktpositie in deze beroepen benadrukt⁷. Juist daarom is er meerwaarde voor een Ad E-commerce opleiding: deze leidt studenten op tot praktisch ingestelde professionals die direct kunnen bijdragen aan het verder digitaliseren en versterken van deze sector. Dankzij haar centrale positie in dit netwerk en samenwerkingen met partners zoals Thuiswinkel.org en het Lectoraat Digital Commerce heeft de HvA een sterke verbinding met de regionale arbeidsmarkt.

Amsterdam is een logische vestigingsplaats voor de Ad CE-E opleiding. Onderzoek van I&O Research⁸ laat zien dat mbo4-studenten hun vervolgopleiding het liefst in hun eigen regio volgen, zodat ze dichtbij familie en vrienden kunnen blijven. Daarnaast zijn er in Groot-Amsterdam veel relevante werkgevers die graag samenwerken via projecten, stages en afstudeerplekken. Met deze opleiding hoeven studenten niet meer uit te wijken naar bijvoorbeeld Utrecht of Windesheim en kunnen ze hun studie en loopbaan dichtbij huis vormgeven. Dit sluit goed aan op de behoefte aan regionale, goed bereikbare opleidingen die passen bij de arbeidsmarkt in Groot-Amsterdam⁹.

Daarnaast stimuleert de Gemeente Amsterdam samen met mbo-instellingen en vo-scholen onderzoek naar hoe de ontwikkeling, bekendheid en maatschappelijke meerwaarde van Ad-opleidingen kan worden bevorderd (speerpunt 2 van de MBO-Agenda). Met de MBO-Agenda¹⁰ richt de Gemeente Amsterdam zich op diverse leerroutes voor mbo-studenten, zodat zij soepel door kunnen stromen naar hogere niveaus binnen het mbo en naar het hbo. Een van de speerpunten is het ontwikkelen en aanbieden van meer Associate Degree-opleidingen in Amsterdam. De Gemeente Amsterdam heeft 119.000 euro beschikbaar gesteld voor het project 'Succesfactoren bij Ad-

⁷ <https://cris.maastrichtuniversity.nl/en/publications/regionale-prognoses-rapportage-arbeidsmarktregios>

⁸ https://www.mboaad.nl/sites/default/files/2023-09/onderzoek_startende_mbo-ers_op_de_arbeidsmarkt_rapport.pdf

⁹ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2025/06/05/behoud-van-toegankelijk-mbo-in-de-regio>

¹⁰ https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/1040438/mbo-agenda_23-27.pdf

onderwijs'. Dit project heeft als doel om gezamenlijk het Ad-aanbod te ontwikkelen en tegelijkertijd de naamsbekendheid van Ad-opleidingen in Amsterdam te vergroten. De ontwikkeling van de Ad CE-E maakt deel uit van dit project, waarbij de focus ligt op het identificeren van succesfactoren voor samenwerking. Naast het ontwikkelen van Ad-opleidingen werken het ROCvA-F en de HvA ook samen op strategisch en tactisch niveau om de doorstroom te bevorderen.

6.2 Instroomprognose Ad CE-E

De samenwerking tussen ROCvA-F en de HvA bevordert een soepele doorstroom van mbo naar hbo en helpt uitval te verminderen. Door de verbinding tussen sterk verwante opleidingen wordt de toegankelijkheid tot het hoger onderwijs vergroot. Landelijke instroomcijfers¹¹ (Figuur 4) van vergelijkbare opleidingen, zoals Windesheim Zwolle (116-177 studenten) en Hogeschool Utrecht (49-59 studenten), tonen aan dat dit type opleidingen niet alleen wenselijk maar ook aantoonbaar aantrekkelijk is voor studenten.

hogeschool	2020	2021	2022	2023	2024
chr. hs. windesheim	177	130	127	124	116
de haagse hs.				11	8
hs. utrecht			49	59	54
totaal	177	130	176	194	178

Figuur 4. Landelijke instroomcijfers opleidingen Ad E-commerce.

Om inzicht te krijgen in de doorstroombehoefte onder mbo-4 studenten van verwante opleidingen, heeft Lexnova onderzoek uitgevoerd onder studenten van het ROCvA-F (Bijlage 3a en 3b). In totaal vulden 70 respondenten de vragenlijst in, met een gemiddelde leeftijd van 20 jaar. De meeste respondenten volgen momenteel de mbo-4-opleiding e-commerce Specialist en e-Commerce Manager (29%), gevolgd door StartUp Ondernemen (21%) en Junior Accountmanager (19%). Van de ondervraagden geeft 59% aan bekend te zijn met een Ad-opleiding. Daarnaast geeft 55% aan dat zij het leuk zouden vinden om een Ad-opleiding te volgen. Na het lezen van het opleidingsprofiel Ad e-Commerce vindt 45% deze opleiding (zeer) aansprekend.

Uit de toelichtingen van respondenten blijkt dat de korte duur van de opleiding, het behalen van een hbo-diploma en het vergroten van de kans op een baan belangrijke redenen zijn om de Ad CE-E aantrekkelijk te vinden. Quotes die dit illustreren zijn: "Dat je je diploma binnen 2 jaar kan behalen," "Dat ik straks een hbo-diploma op zak heb en zo meer kans maak om aangenomen te worden bij bedrijven waar ik solliciteer," en "Je leert meer over online verkoop." De relevantie van de opleiding, bijvoorbeeld richting functies als e-commerce specialist, e-commerce analist en e-commerce marketeer, spreekt studenten ook aan. Voor 73% van de (mogelijk) geïnteresseerde respondenten is de inhoud van de Ad e-Commerce de belangrijkste reden om deel te nemen aan de opleiding.

Volgens Lexnova ligt het jaarlijkse instroompotentieel voor de Ad CE-E tussen de **41 en 111 mbo-4 studenten**, zowel voor de voltijd- als de deeltijdvariant. Lexnova geeft daarbij aan dat dit niet het volledige instroompotentieel weergeeft, omdat ook instroom wordt verwacht van havisten, vwo'ers

¹¹ <https://www.vereniginghogescholen.nl/kennisbank/feiten-en-cijfers/artikelen/dashboard-instroom-inschrijvingen-en-diploma-s>

en hbo-studenten die willen overstappen. Daarnaast vormen werkenden die zich willen op- of bijscholen een belangrijke potentiële instroomgroep voor de deeltijdvariant. Dit sluit aan bij het landelijke beeld, waarin jaarlijks 42% tot 48% van de Ad-studenten een deeltijd- of duale opleiding volgt. Uit arbeidsmarktonderzoek van Lexnova en de HvA (Bijlage 1a en 1c) blijkt dat werkgevers jaarlijks behoefte hebben aan 45 tot 83 medewerkers die zij willen op- of bijscholen binnen het e-commerce domein. Met de deeltijdvariant kan de Ad CE-E van de HvA goed inspelen op deze vraag. Op grond van het werkgeversonderzoek, het onderzoek onder mbo-studenten en de instroomcijfers van sterk verwante opleidingen, **verwachten wij een jaarlijkse instroom van 30 studenten voor de deeltijdvariant en 30 tot 60 studenten voor de voltijdvariant.**

6.3 Doorstroomcijfers en regionale binding

Uit het doorstroomoverzicht van ROCvA-F voor het peiljaar 2020-2021 (Figuur 5) blijkt een duidelijk regionaal doorstroompatroon.

Regio	Diploma	Naar hbo	Perc.	Naar: HvA	InHolland (Amsterdam /Diemen)	Windesheim	Overig
Amsterdam (incl Airport en Amstelland)	3300	1280	38,8%	655 (51%)	110 (9%)	0	515 (40%)
Hilversum	840	350	41,7%	80 (23%)	10 (3,5%)	40 (11,5%)	220 (62%)
Flevoland	265	130	49,1%	0	0	70 (54%)	60 (46%)

Figuur 5. Doorstroomcijfers ROCvA-F.

Deze cijfers tonen aan dat:

- 60% (HvA 51% + Inholland Amsterdam/Diemen 9%) van de Amsterdamse mbo-studenten die naar het hbo gaan, stroomt door naar een vervolgopleiding in de eigen regio. 40% van de mbo-studenten kiest een vervolgopleiding buiten de regio.
- Er een duidelijke geografische scheiding is:
 - 0% van de Amsterdamse mbo-studenten kiest voor vervolg bij Windesheim Almere.
 - En ook 0% van ROC-Flevoland mbo-studenten kiest voor een vervolgopleiding in Amsterdam.
- De regionale binding zeer sterk is.

De Ad CE-E vervult een belangrijke brugfunctie tussen mbo-niveau 4 en hbo-bacheloropleidingen¹². Deze opleiding biedt verschillende doelgroepen een toegankelijke route naar het hoger onderwijs: mbo-afgestudeerden die willen doorstuderen, middelbare scholieren die nog niet klaar zijn voor een vierjarige bacheloropleiding en professionals die hun kennis en vaardigheden willen vergroten. De Ad CE-E vergroot zo de kansen voor studenten binnen het hbo¹³.

¹² https://www.vereniginghogescholen.nl/associate_degree

¹³ <https://www.vereniginghogescholen.nl/actueel/actualiteiten/tweede-kamer-onderstreept-grote-urgentie-behoud-en-versteviging-spilfunctie-hogescholen>

7. Onderbouwing van de actuele en toekomstige arbeidsmarktbehoefte

Cijfers van de Vereniging Hogescholen tonen aan dat 85% van de Ad-afgestudeerden in de economische sector direct na afstuderen een baan vindt, met een indrukwekkende stijging in arbeidsmarktparticipatie van 53% in 2018 naar 64% in 2022¹⁴. Deze trend wijst op een grote tot zeer grote behoefte aan economische Ad-afgestudeerden, waaronder die van de Ad CE-E.

De positieve arbeidsmarktperspectieven worden verder ondersteund door meerdere bronnen:

1. **Thuiswinkel Arbeidsmarkt Monitor 2023-2024**¹⁵ bevestigt de substantiële vraag naar e-commerce professionals, met 24.585 vacatures in een periode van 12 maanden (november 2022 t/m oktober 2023), waarvan 44% in online marketing en 16% in e-commerce professional functies.
2. **Recente vacatureanalyse via Jobdigger.nl** (Bijlage 11) toont een voorzichtige hernieuwde groei in het aantal e-commerce vacatures vanaf Q4 2024, na een tijdelijke dip eerder dat jaar. Deze positieve trend zet door in Q1 2025, wat duidt op een groeiende vraag naar deze professionals.
3. **CBRE**¹⁶ rapporteert dat de e-commerce sector, na een tijdelijke afvlakking na de coronapiekt, weer een duidelijke groei vertoont richting het voorspelde aandeel van 30% in de totale consumentenbestedingen in 2030.
4. **Mordor Intelligence**¹⁷ prognosticeert voor 2024-2029 een jaarlijkse groei van 9,31% in de e-commerce markt.
5. **UWV Kansrijke beroepen 2024-2025**¹⁸ classificeert 'Online Marketeers' als kansrijk beroep op hoger beroepsniveau. Het UWV benadrukt hierbij specifiek het belang van marketingervaring en kennis van SEO, content creation en data-analytics - vaardigheden die doorlopend terugkomen in de Ad CE-E.
6. **Nationale Beroepengids**¹⁹ beoordeelt de kans op werk voor online marketeers in deze periode als "zeer goed".
7. **Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA)**²⁰ verwacht voor commerciële beroepen, waaronder marketing, public relations en sales, een toename in het aantal banen richting 2028.
8. **CBS** meldt dat er in 2022 alleen al in de sector handel ruim 1 miljoen banen waren (1.011.000). Binnen deze sector neemt de digitalisering steeds verder toe, waardoor digitale functies, zoals die van online marketeer, steeds belangrijker worden (Bijlage 5a).

¹⁴ https://www.hbomonitor.nl/application/files/8717/1230/0886/factsheet_hbomonitor2023.pdf

¹⁵ <https://www.thuiswinkel.org/kennisbank/downloads/thuiswinkel-arbeidsmarkt-monitor-2023-2024/>

¹⁶ <https://www.cbre.nl/press-releases/e-commerce-in-nederland-blijft-groeien>

¹⁷ <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/netherlands-ecommerce-market>

¹⁸ https://www.werk.nl/imagesdxa/uwv-kansrijke-beroepen-2024-2025_tcm95-458847.pdf

¹⁹ <https://www.nationaleberoepengids.nl/online-marketeer>

²⁰ https://cris.maastrichtuniversity.nl/ws/portalfiles/portal/174713431/ROA_R_2023_3_anob2028.pdf

9. **Het PwC Global AI Jobs Barometer 2025²¹** laat zien dat sectoren zoals marketing en e-commerce dankzij AI drie keer zo snel groeien in omzet per werknemer. Werknemers met AI-vaardigheden verdienen gemiddeld 56% meer. Dit benadrukt de toenemende vraag naar professionals die AI en digitale tools effectief kunnen inzetten, zoals afgestudeerden van de Ad CE-E.

Deze aanhoudende groei in de sector vertaalt zich direct naar een toenemende vraag naar gekwalificeerde e-commerce professionals. Uit de Thuiswinkel Monitor blijkt bovendien dat 90% van de werkgevers tekortkomingen ervaart in de digitale vaardigheden van hun personeel, vooral op het gebied van cybersecurity, AI, en digital business skills. Dit benadrukt de behoefte aan goed opgeleide professionals die beschikken over actuele digitale competenties.

De concentratie van e-commerce vacatures in Noord-Holland (23% van het landelijke totaal volgens de Thuiswinkel Monitor²²) bevestigt daarnaast de sterke regionale arbeidsmarktbehoefte in de regio Groot-Amsterdam, wat de relevantie van de Ad CE-E opleiding in deze regio verder versterkt.

De omvang van de vraag blijkt ook uit de praktijk. Zoals ██████████ (MAE) in een interview voor het arbeidsmarktonderzoek van de HvA (Bijlage 1c) aangeeft: "Wij waren hier echt naar op zoek, maar hebben uiteindelijk maar een slim iemand aangenomen die het snel kon leren. Kandidaten met ervaring of een e-commerce opleiding waren eigenlijk nog beter geweest."

7.1 Kwantitatief onderzoek

Door middel van een online enquête is er kwantitatief onderzoek uitgevoerd door onderzoeksbureau Lexnova onder werkgevers binnen de e-commerce sector (regio HvA en ROCvA-F) naar de behoefte aan de Ad CE-E en de mening over de opzet en inhoud van de opleiding (Bijlage 6a en 6b). Hieronder volgt de conclusie uit dat rapport. In de enquête is geselecteerd op de functie van de respondenten in relatie tot de bevoegdheid en verantwoordelijkheid om waardevolle uitspraken te kunnen doen over de werkgeversbehoefte en daaraan gerelateerde opleidingswensen. De respons is ontdubbeld. Na het opschonen van de dataset hebben in totaal **74 werkgevers meegewerkt aan het onderzoek**. Een overzicht van de deelnemende organisaties, functie van de respondent, organisatiegrootte en behoeftes op nieuw personeel dan wel bijscholing is te vinden vanaf pagina 12 in bijlage 6b.

Achtergrondkenmerken van de respondenten bij het kwantitatieve onderzoek:

- **Functie:** directeur/eigenaar (50%), seniormanagement (22%), middelmanagement (12%), HR (8%)
- **Locatie:** Noord-Holland (61%), Utrecht (19%), Zuid-Holland (8%), Flevoland (7%), Gelderland (5%)
- **Sector:** Groot- en detailhandel (39%), (specialistische) zakelijke dienstverlening (19%), Informatie en communicatie (12%), Industrie (5%), Anders (18%)
- **Organisatiegrootte:** meer dan 500 medewerkers (8%), 200-499 (14%), 100-199 (14%), 50-99 (11%), 20-49 (39%), 10-19 (15%)

²¹ <https://www.pwc.nl/nl/actueel-en-publicaties/themas/de-toekomst-van-werk/helpt-nederlandse-banen-verandert-significant-door-generatieve-ai.html>

²² <https://www.thuiswinkel.org/kennisbank/downloads/thuiswinkel-arbeidsmarkt-monitor-2023-2024/>

In het onderzoek is aan de werkgevers het opleidingsprofiel van de Ad CE-E voorgelegd. Daaruit blijkt dat 85% van de werkgevers het (helemaal) eens is met de stelling dat er vanuit het werkveld vraag is naar medewerkers met specifieke kennis op het gebied van e-commerce. 71% is het (helemaal) eens met de stelling: 'In mijn werkveld is er behoefte aan medewerkers die de Ad-opleiding e-commerce van de HvA en ROCvA-F hebben gevolgd'. Daarnaast benadrukken de werkgevers dat het belang van e-commerce steeds groter wordt, ook in sectoren waar dit voorheen minder het geval was. Deze ontwikkeling wordt versterkt door technologische innovaties zoals AI, waardoor organisaties in toenemende mate behoefte hebben aan professionals die online oplossingen kunnen implementeren om aan de veranderende klantverwachtingen te voldoen.

Verder wordt aangegeven dat mbo-4-niveau vaak niet voldoende aansluit bij de e-commerce werkzaamheden. De Ad CE-E biedt afgestudeerden die een hbo werk- en denkniveau hebben (operationeel en tactisch), waardoor dit niveau beter aansluit op de werkzaamheden. Ten slotte geven de werkgevers aan dat de huidige opleidingen vaak niet goed aansluiten op de vacatures die de organisaties hebben. De Ad CE-E lijkt volgens hen beter aan te sluiten op de vacatures binnen hun organisatie. In totaal heeft 57% van de werkgevers behoefte aan nieuwe medewerkers met een Ad CE-E (28% weet het niet en 15% heeft geen behoefte). Zij gaven aan een jaarlijkse behoefte te hebben **67 tot 150 nieuwe medewerkers** (Bijlage 6a, p. 24).

26% van de werkgevers geeft aan jaarlijks behoefte te hebben aan bijscholing van huidige medewerkers tot Ad CE-E niveau. **Jaarlijks gaat dit om 26 tot 43 medewerkers** (Bijlage 6a, p. 27). Dit sluit goed aan op de deeltijdopleiding Ad CE-E.

Sterke punten van de opleiding Ad CE-E, genoemd door de respondenten:

- De opleiding focust op veel onderdelen binnen de e-commerce naar aanleiding van nieuwe ontwikkelingen.
- Combinatie van theorie en praktijk.
- De opleiding speelt in op de kloof tussen mbo en hbo.
- De opleiding leidt studenten op tot professional.

7.2 Kwalitatief onderzoek arbeidsmarktonderzoek

Aan het kwalitatief arbeidsmarktonderzoek hebben in totaal 32 respondenten deelgenomen, verdeeld over twee onderzoeken: 10 respondenten via Lexnova (Bijlage 1a en 1b) en 22 respondenten via de HvA (Bijlage 1c). In de figuren 6 en 7 zijn de organisatie- en functie-achtergrond van alle betrokkenen weergegeven, evenals de vestigingsplaats van de organisaties.

#	Organisatie	Functie participant	Locatie
1	Stellantis		Amsterdam
2	*		Amsterdam
3	Van Dal Mannenmode		Breda**
4	Ematters		Amsterdam
5	Salesforces		Amsterdam
6	DGTLbase		Amsterdam
7	Blokker		Amsterdam
8	Blauwe Monsters		Haarlem
9	Smartphonehoesjes.nl		Amsterdam
10	BSH Home Appliances Group		Amsterdam

Figuur 6. Overzicht participanten. *Participant 2 gaf geen toestemming voor het benoemen van de organisatie in deze rapportage. **Bij Van Dal Mannenmode staat als locatie Breda (hoofdkantoor), maar zij hebben in Amsterdam ook een locatie gericht op e-commerce.

#	Organisatie	Functie Participant	Locatie
1	Decathlon Europe		Amsterdam
2	Rituals Cosmetics		Amsterdam
3	Mastercard		Amsterdam
4	KLM Cityhopper		Amsterdam
5	The Speakers		Utrecht
6	Werk aan de Muur		Haarlem
7	Code Orange		Amsterdam
8	Cupola XS		Haarlem
9	I-Clicks		Lelystad
10	Pin High Golftravel		Hoofddorp
11	KINESSO/IPG Mediabrands		Amsterdam
12	Arkin		Amsterdam
13	Collab Group		Amsterdam
14	Riff		Amsterdam
15	Uitblinkers		Amsterdam
16	Techgrounds		Amsterdam
17	Zappiebox		Aalsmeer
18	Jospephina Jewelry		Amsterdam
19	Bouwcenter RAB		Alkmaar
20	Youvia		Amsterdam
21	MAE		Amsterdam
22	Candid		Amsterdam

Figuur 7. Participanten onderzoek HvA.

Alle 32 deelnemers aan het kwalitatieve onderzoek geven aan dat de perspectieven voor de e-commerce sector goed zijn, met een duidelijke groeiende trend. Door nieuwe technologische ontwikkelingen worden deels andere kennis en vaardigheden van (nieuwe) medewerkers gevraagd. De deelnemers zien de potentie van de Ad CE-E om in te spelen op deze benodigde ontwikkelingen.

Belangrijke trends

De respondenten benoemen drie belangrijke trends die de komende jaren een rol spelen in e-commerce:

- Artificial Intelligence
- Het zelf verzamelen van klantdata
- Het aanbieden van gepersonaliseerde informatie aan consumenten

Sterke punten van de Ad CE-E

Het werkveld waardeert de Ad CE-E vanwege:

- De actuele focus op AI en digitale technologie
- De praktijkgerichte aanpak die studenten voorbereidt op verschillende functies binnen e-commerce
- De combinatie van technische en digitale kennis met praktische vaardigheden en persoonlijke ontwikkeling
- De aandacht voor competentieontwikkeling, zoals samenwerken, communiceren en ondernemend handelen
- Het uitstroomprofiel dat goed aansluit bij de actuele behoeften van organisaties, met een duidelijke koppeling met online marketing, data-analyse en het werken met relevante tools
- De timing en relevantie van de opleiding, gezien de snelle ontwikkelingen in AI en de digitale economie

Arbeidsmarktbehoefte

De gezamenlijke arbeidsmarktbehoefte van alle 32 deelnemers wordt geschat op een jaarlijkse vraag naar:

- **Minimaal 161 en maximaal 261 afgestudeerden van de Ad CE-E**
(Lexnova: min. 44, max. 54 + HvA: min. 117, max. 207)
- Deze aantallen liggen mogelijk nog hoger, omdat niet alle geïnterviewden exacte cijfers hebben kunnen geven

Daarnaast wordt de behoefte aan op- of bijscholing van bestaande medewerkers ingeschat op:

- **Minimaal 39 en maximaal 69 medewerkers per jaar**
(Lexnova: min. 9, max. 10 + HvA: min. 30, max. 59)

7.3 Totale jaarlijkse arbeidsmarktbehoefte regio Groot-Amsterdam

Onderzoeksbureau Lexnova en de Hogeschool van Amsterdam hebben onderzoek gedaan naar zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve arbeidsmarktbehoefte. De resultaten hiervan geven een duidelijk beeld van de arbeidsmarktperspectieven van toekomstig afgestudeerden van de Ad CE-E. Zoals uit het kwantitatieve en kwalitatieve onderzoek blijkt, geven de werkgevers aan jaarlijks een totale behoefte te hebben aan minimaal 293 tot maximaal 524 geschoolde medewerkers Ad CE-E (Figuur 8).

Jaarlijkse arbeidsbehoefte	Minimaal	Maximaal
Voltijd-opleiding	228	411
Deeltijd-opleiding	65	113
Totaal behoefte Ad'er CE-E	293	524

Figuur 8. Totale behoefte Ad CE-E

Zowel de landelijke alsook de regionale arbeidsmarktprognoses tonen een groeiende vraag naar professionals met expertise binnen e-commerce, wat de relevantie en potentie van Ad-opleidingen in dit vakgebied benadrukt zowel landelijk als specifiek voor Groot-Amsterdam

7.4 Adhesieverklaringen

Aanvullend op de onderzoeken van Lexnova en de HvA zijn er acht adhesieverklaringen toegevoegd (Bijlage 8a t/m 8h). Uit deze verklaringen blijkt dat ook deze partijen de komende jaren behoefte hebben aan afgestudeerden in e-commerce. Opvallend is daarbij de adhesieverklaring van de Amsterdam Economic Board (AEB). De AEB vertegenwoordigt een breed netwerk van bedrijven, kennisinstellingen en overheden binnen de metropoolregio Amsterdam en zet zich actief in voor economische ontwikkeling en innovatie. Hun steun benadrukt niet alleen het regionale belang van deze opleiding, maar ook de strategische noodzaak om in Groot-Amsterdam voldoende goed opgeleide e-commerce professionals op Ad-niveau te hebben.

8. Noodzaak tot start nieuwe opleiding

De arbeidsmarktbehoefte aan e-commerce professionals overstijgt ruimschoots het huidige aanbod van verwante Ad-opleidingen. Met de sterke groei van e-commerce en toenemende digitalisering in de commerciële sector kan het bestaande landelijke opleidingsaanbod niet aan de vraag in Groot-Amsterdam voldoen.

Werkveldonderzoek toont een jaarlijkse behoefte aan **228-411 voltijd afgestudeerden en bijscholing van 65-113 medewerkers in deeltijd**. Deze cijfers zijn waarschijnlijk een onderschatting, aangezien slechts een deel van de werkgevers deelnam aan het onderzoek. De Thuiswinkel Arbeidsmarkt Monitor 2023-2024 bevestigt met 24.585 vacatures in 12 maanden en de Jobdigger vacature-analyse (Bijlage 11) met een hernieuwde groei vanaf Q4 2024 de aanzienlijke vraag naar e-commerce professionals.

De Ad CE-E is een noodzakelijke aanvulling voor de arbeidsmarkt en voor studenten in Groot-Amsterdam, aangezien verwante opleidingen alleen buiten deze regio worden aangeboden. Als digitale hub van Nederland is Groot-Amsterdam de ideale locatie, met de HvA als meest geschikte instelling vanwege haar regionale netwerk, samenwerking met ROCvA-F en expertise in digital commerce via het gelijknamige lectoraat.

De tweejarige, praktijkgerichte Ad-opleiding sluit bovendien beter aan bij mbo-4 studenten, die momenteel een hoge uitval tonen in de bachelor Commerciële Economie. Onderzoek toont aan dat slechts 45% binnen vijf jaar een hbo-diploma behaalt, wat benadrukt dat een Ad-traject voor deze doelgroep effectiever kan zijn^{23,24}.

De opleiding kan niet worden ondergebracht bij bestaande HvA-opleidingen, aangezien geen van de elf huidige Ad-opleidingen inhoudelijk verwant is aan e-commerce. Met alle relevante bestaande en toekomstige verwante Ad-opleidingen is overleg geweest en zijn samenwerkingsafspraken gemaakt (Bijlage 10). Er worden geen negatieve effecten verwacht op het bestaande aanbod, gezien het regionale karakter van Ad-opleidingen en de duidelijke profilering op e-commerce, in tegenstelling tot bijvoorbeeld de bredere Ad Commerciële Economie van Windesheim in Almere. Daarmee onderscheiden deze Ad-opleidingen zich duidelijk van elkaar. Bovendien hebben Hogeschool InHolland, Windesheim en de HvA afgesproken om synergie te creëren door gezamenlijk op te trekken bij het promoten van hun complementaire Ad-opleidingen, waardoor de werving van toekomstige instromers voor alle betrokken instellingen wordt versterkt.

9. Aansluiting instellingsprofiel

Creating Tomorrow is de slogan van de HvA. Het instellingsplan²⁵ van de HvA geeft concreet invulling aan deze slogan, waarbij drie grote thema's centraal staan: duurzaamheid, diversiteit & inclusie en digitalisering, ook wel de 'drie D's' genoemd. De HvA past deze drie D's consequent toe in al haar onderwijs en praktijkgericht onderzoek. De keuze voor deze thema's vloeit voort uit de ambitie om bij te dragen aan maatschappelijke transformaties in samenleving en beroep, zoals de klimaatcrisis, digitale innovaties en sociale en economische veranderingen. Binnen onze Ad CE-E komen deze drie thema's duidelijk terug, zowel in de theorie als in de praktijkopdrachten die samen met het werkveld worden uitgevoerd.

Inbedding in de Faculteit Business en Economie

Binnen de Faculteit Business en Economie (FBE) draagt het Lectoraat Digital Commerce actief bij aan het actueel houden van het curriculum. De FBE werkt intensief samen met grote spelers in het e-commerce werkveld, zoals Thuiswinkel.org. De toevoeging van de Ad CE-E aan het onderwijsportfolio sluit goed aan bij het instellingsprofiel, omdat het een direct antwoord is op de digitaliseringsdoelen van de faculteit. De opleiding richt zich op het ontwikkelen van competenties in e-commerce, een sector die van groot belang is in de moderne, digitale en duurzame economie. Door studenten te voorzien van de vaardigheden die nodig zijn om succesvol te zijn in e-commerce, ondersteunt de FBE de economische transformatie en bereidt zij studenten voor op een dynamische arbeidsmarkt. Na het afronden van de Ad CE-E kunnen studenten doorstromen naar de bachelor Commerciële Economie of andere verwante bacheloropleidingen.

²³ <https://canonberoepsonderwijs.nl/onderwijsstelsel-wetgeving-en-beleid/transitie-van-mbo-naar-hbo/>

²⁴ <https://punt.avans.nl/2022/12/mboers-naar-het-hbo-vroege-uitval-daarna-prima/>

²⁵ <https://www.hva.nl/binaries/content/assets/hva/over-de-hva/plannen-feiten-en-verslagen/hva-instellingsplan-2021-2026.pdf>

Hoewel de Ad e-commerce ook door andere hogescholen wordt aangeboden, is deze opleiding nog niet beschikbaar in de regio Groot-Amsterdam. Voor mbo-studenten uit Amsterdam is het belangrijk dat zij een Ad-opleiding in hun eigen regio kunnen volgen, omdat dit hun kansen op de arbeidsmarkt aanzienlijk vergroot gezien de behoefte. Dit geldt in het bijzonder voor de Ad CE-E, aangezien het mbo-niveau binnen e-commerce vaak niet toereikend is voor de gevraagde functies.

Samenvattend sluit de Ad CE-E naadloos aan bij de missie, visie en het instellingsprofiel van de HvA, de uitgangspunten van de faculteit en de didactische en inhoudelijke uitgangspunten van de bacheloropleiding Commerciële Economie (Bijlage 8 en 9). Dit blijkt onder andere uit het feit dat de Ad CE-E een sterke praktijkgerichte inslag heeft door samenwerking met stakeholders binnen en buiten de faculteit, zich richt op de regio Groot-Amsterdam, kennisdeling als essentieel ziet voor het bieden van kwalitatief hoogwaardig onderwijs, in nauwe samenwerking met het Lectoraat Digital Commerce is ontwikkeld en goede doorstroommogelijkheden biedt, waardoor een grotere groep studenten wordt aangesproken.

10. RIO- en ISCED-indeling

Onderdeel: Economie

CROHO 80103 Ad Commerciële Economie

11. Afstemming

In bijlage 10a t/m 10h zijn de gespreksverslagen van de verwante opleidingen terug te vinden. Alle externe stakeholders hebben we (opnieuw) per e-mail geïnformeerd over ons voornemen om het dossier in te dienen, inclusief de SALTA-groep.

Het voornemen om te starten met de Ad CE-E is in 2024 gedeeld in het Landelijk Overleg Opleidingen Commerce (LOOC). Hier hebben we de inhoud, opzet en het uitstroomprofiel toegelicht. De reacties waren overwegend enthousiast; men ziet kansen om Ad-opleidingen sterker op de kaart te zetten. Door het LOOC blijven wij regelmatig in contact met verwante opleidingen.

Wij hebben in 2024 aanzienlijk geïnvesteerd in de afstemming met andere externe stakeholders. De belangrijkste hiervan is onze partner ROCvA-F, waarmee we de eerder benoemde strategische samenwerking zijn aangegaan. Dit partnerschap is ontstaan vanuit de doorstroombehoefte van mbo-studenten van ROCvA-F. Daarnaast hebben informele gesprekken met opleidingsmanagers van het NOVA College en het Horizon College (per 1 augustus 2024 Talland College) bevestigd dat ook deze instellingen behoefte hebben aan samenwerking voor een goede doorstroom van hun studenten.

De afgelopen periode hebben we intensief contact gehad met Windesheim, met name over hun opleiding in Almere. Dit overleg vond plaats naar aanleiding van onze eerdere macrodoelmatigheidstoetsaanvraag, die destijds is afgewezen, en de zienswijze die Windesheim daarop heeft ingediend. Tijdens deze gesprekken zijn duidelijke afspraken gemaakt en is een vergelijking van de curricula uitgevoerd. Windesheim staat positief en collegiaal tegenover het voornemen van de HvA om de Ad CE-E opnieuw in te dienen bij het CDHO.

Windesheim Zwolle is tijdens onze gesprekken met Windesheim Almere aan bod gekomen. Er zijn daarbij geen zorgen geuit over de opleiding van Windesheim Zwolle, en hetzelfde geldt voor de

Haagse Hogeschool. Hogeschool Utrecht in Amersfoort beschouwt onze opleiding als complementair. Hoewel hun opzet vergelijkbaar is, gaven zij in een eerder gesprek aan zich zorgen te maken over mogelijke overlap in het wervingsgebied, met name in regio 't Gooi. Wij erkennen deze zorg, maar zijn van mening dat de overlap in de praktijk zeer beperkt zal zijn. We hebben Hogeschool Utrecht opnieuw geïnformeerd over ons voornemen om de aanvraag opnieuw in te dienen, waarop zij ons succes hebben gewenst.

We hebben op ons initiatief contact gehad met Hogeschool Inholland. Inholland zal een herhaalaanvraag indienen voor een voltijd Ad e-commerce in Haarlem en Rotterdam. Zowel de HvA als Inholland zien ruimte voor beide Ad-opleidingen. Gezien de landelijke spreiding en de regionale situatie constateren we dat het aanbod van Ad-opleidingen binnen het economisch domein in Noord-Holland beperkt is in verhouding tot het aantal mbo4-studenten dat uitstroomt in dit domein.

Bij andere verwante opleidingen van hogescholen, zoals NHL Stenden, zien we dat e-commerce slechts een onderdeel vormt van het curriculum en niet opleidt tot de specifieke e-commerce professional.

Concluderend kan er gesteld worden dat er voldoende ruimte is in het landelijk en regionaal aanbod voor een Ad CE-E in Amsterdam.

Bijlagen:

Bijlage 1:

- Bijlage 1a: Rapportage Marktpotentieel Ad e-commerce Lexnova.
- Bijlage 1b: Deelrapportage: kwalitatief werkveldonderzoek plus bijlagenrapportage.
- Bijlage 1c: Rapportage marktonderzoek HvA.

Bijlage 2:

- Bijlage 2: Curriculum en leeruitkomsten

Bijlage 3:

- Bijlage 3a: Rapportage Marktpotentieel Ad e-commerce Lexnova.
- Bijlage 3b: Deelrapportage: instroomanalyse plus bijlagenrapportage

Bijlage 4:

- Bijlage 4: Staat van het Onderwijs 2025

Bijlage 5:

- Bijlage 5a: Marktpotentieel Ad e-commerce Lexnova.
- Bijlage 5b: Deelrapportage: deskresearch

Bijlage 6:

- Bijlage 6a: Rapportage marktpotentieel Ad e-commerce Lexnova.
- Bijlage 6b: Deelrapportage kwantitatieve arbeidsmarktanalyse

Bijlage 7:

- Bijlage 7a t/m 7g: Adhesieverklaringen

Bijlage 8:

- Bijlage 8: Didactische uitgangspunten Commerciële Economie 2024-2025

Bijlage 9:

- Bijlage 9: CE Inhoudelijke uitgangspunten vanaf studiejaar 2024-2025

Bijlage 10:

- Bijlage 10a t/m 10h Gespreksverslagen aanverwante opleidingen

Bijlage 11:

- Bijlage 11 Vacature analyse Jobdigger