

Instroomanalyse B Communicatie HHs

Voltijd eerstejaars studenten – cohorten 2012 tot en met 2021

Lectoraat Learning Technology & Analytics, De HHs

20-04-2023

Inhoudsopgave

Inleiding	2
Het vraagstuk: dalende instroom	2
Verantwoording	2
Selecties	2
Opvallende uitkomsten uit de analyses op instroom, oriëntatie en context	3
Conclusies & aanbevelingen	4
Ontwikkeling instroom	6
Algemeen beeld	6
Landelijke ontwikkelingen	9
Facultaire ontwikkelingen	12
Ontwikkeling naar geslacht	13
Ontwikkeling naar vooropleiding	15
Ontwikkeling naar directe of indirecte instroom	17
Oriëntatie- en aanmeldpatronen	19
Oriëntatiepatronen	19
Aanmeldpatronen naar geslacht	20
Aanmeldpatronen naar toelaatgevende vooropleiding	21
Aanmeldpatronen naar directe of indirecte instroom	22
Mogelijk vervolgonderzoek	24
Referenties	24
Bijlage 1 - Activiteiten	25

Inleiding

Het vraagstuk: dalende instroom

Op verzoek van de directeur M&O heeft het lectoraat Learning Technology & Analytics samen met de faculteit een analyse uitgevoerd op de instroom van de opleiding B Communicatie van De Haagse Hogeschool. Sinds 2012 is de instroom van de opleiding namelijk sterk afgenomen (met 66%) en de faculteit en de opleiding willen het tij keren.

Verantwoording

Dit onderzoek is uitgevoerd door Theo Bakker, lector Learning Technology & Analytics, en Monique Deleu, BAK-medewerker faculteit M&O. Voor dit onderzoek is de analyseset van het project Studiedata gebruikt van het team IR & Analytics van OKC. Daarnaast is de landelijke data van de Vereniging Hogescholen onderzocht voor een vergelijking met andere opleidingen in Nederland.

Selecties

- Eerstejaars studenten, voltijd, B Communicatie, track CO (= COM), cohorten 2012 tot en met 2021¹. Nota bene: De track ICM is dus niet meegenomen.
- Eerstejaars studenten, voltijd, overige opleidingen faculteit M&O, cohorten 2012 tot en met 2021.
- De aantallen inschrijvingen van De HHs verschillen van die van de Vereniging Hogescholen. Hier is nog geen verklaring voor gevonden en is in onderzoek bij OKC.
- Van de opleiding B Bedrijfskunde ontbreken nog de gegevens over de cohorten 2012 tot en met 2017. Dit is mogelijk van invloed op de bevindingen over de gehele faculteit.

Amsterdam, 20-04-2023

¹De dataset van HHs Analytics loopt tot en met 2021, aangezien deze is gebaseerd op de 1CHO bestanden die vanaf het voorjaar ter beschikking komen. Het 1CHO staat voor 1 cijfer HO van de Dienst Uitvoering Onderwijs; het zijn alle deelnames en resultaten van studenten in het hoger onderwijs, vanaf 1991 tot en met 1 oktober van het afgelopen jaar.

Opvallende uitkomsten uit de analyses op instroom, oriëntatie en context

1. **Patroon in instroom** - Het aantal studenten is van 2012 tot en met 2021 met 66% gedaald, maar niet alle jaren was er sprake van een daling. De sterkste dalingen waren er in 2015 (-49%) en 2021 (-31%). Opvallend is daarnaast een stijging in 2016 (+90%). In 2013 is de opleiding op standaard 16 (het eindniveau) 'Onvoldoende' beoordeeld en na het hersteltraject in 2016 met 'Voldoende' beoordeeld. Mogelijk dat beide gebeurtenissen van invloed zijn geweest op de instroom. Zie [figuur 1](#), [figuur 2](#) en [figuur 3](#).
2. **Landelijke trends** - Landelijk is er sprake van een daling in het domein Economie en bij de B Communicatie voor voltijd eerstejaars studenten; het is nog onduidelijk of de B Communicatie van De HHs sterker daalt dan andere opleidingen. Dit lijkt vanuit interne cijfers wel het geval te zijn, maar dit is niet het geval volgens de VH-cijfers. Zie [figuur 4](#) en [figuur 5](#).
3. **Trend binnen M&O** - Er is een gelijke instroomtrend te zien bij 3 andere opleidingen van de faculteit: B Human Resource Management, B Facility Management en B Bedrijfskunde. Zie [figuur 6](#).
4. **Vrouw-man verdeling** - Het aandeel mannen is al eerder gedaald dan het aandeel vrouwen. De verhouding man/vrouw is varieert tussen de 25%/75% en 30%/70%. Zie [figuur 7](#) en [figuur 8](#).
5. **Vooropleiding** - Met name het aandeel instroom vanuit havo en mbo is sterk gedaald. De top 10 scholen zijn – zowel in mbo als havo – drastisch gedaald. Zie [figuur 9](#) en [figuur 10](#).
6. **Regionale spreiding** - Kenmerkend is dat studenten voor deze opleiding overwegend uit de nabije regio komen: te bereiken met het openbaar vervoer in de spits in 45 minuten. *Grafief volgt*
7. **Conversie** - De conversie van geïnteresseerden voor de opleiding is zeer laag (2,8% vergeleken met 6% in de faculteit). Studenten kiezen nog breed en het kan zijn dat de keuze voor de opleiding een non-keuze is: uit onzekerheid. Dit zou kunnen leiden tot tegenvallende ervaringen en hoge uitval. Dit is onderwerp voor een vervolgonderzoek. Zie tabel 1.
8. **Directe instroom versus switch** - Het aandeel indirecte instroom (switch en tussenjaar) is hoog in deze opleiding. Dit kan duiden op onzekerheid over de studiekeuze. Het is van belang hier aandacht aan te besteden in de studiekeuze en onboarding. In het vervolgonderzoek naar uitval zal meegenomen worden wat het succes is van deze studenten. Zie [figuur 13](#), [figuur 14](#) en [figuur 15](#).

Conclusies & aanbevelingen

De aanbevelingen richten zich op profilering c.q. curriculum, naar conversie, voorlichting, scholenbezoek en interne concurrentie.

1. **Ontwikkel een duidelijke, aantrekkelijke profilering** - De opleiding heeft nu geen duidelijk gezicht in de regio en is daarmee onvoldoende onderscheidend en aantrekkelijk, zeker ten opzichte van concurrerende opleidingen. De keuze voor publieke communicatie sluit waarschijnlijk minder goed aan bij de doelgroep. Een heroverweging van de profilering en het curriculum is van belang; een goed voorbeeld is de B Commerciële Economie. Ook binnen de brede bachelor M&O is het van belang dat de B Communicatie en eigen positie heeft.
2. **Wijs een medewerker toe die zich richt op persoonlijke opvolging van de werving** - De werving kent onvoldoende eigenaarschap: het mist aan een coördinator die er voldoende tijd en aandacht aan heeft om studenten persoonlijk na te bellen. Een best practice is hiervoor opnieuw de aanpak van de B Commerciële Economie onder leiding van Luc Beurskens. Van belang is dat deze persoon ook het draagvlak in de opleiding weet te mobiliseren. Ongeveer 3 jaar terug had COM een coördinator voor publicatie van de opleiding. Er werd veel geïnvesteerd in voorlichting. Posters werden gemaakt en veel tijd ging naar open dagen en ontwerp van de website. Deze investering werd terugbetaald in een hogere instroom.
3. **Herstel het scholenbezoek** – Het contact met de vooropleidingen lijkt sinds het afschaffen van de scholenbezoeken verbroken. Herstel van dit contact lijkt van cruciaal belang om de opleiding weer op de kaart te zetten. Zie bijlage 2 voor een overzicht.
4. **Neem het curriculum onder de loep** – De studenten krijgen veel tijd voor zelfstudie. Dit is voor de studenten die structuur nodig hebben lastig. Daarom het advies om het curriculum kritisch te bekijken en waar mogelijk meer contacttijd in te bouwen.
Ook is een curriculum met kleinere onderwijseenheden binnen de kaders van De HHS met minder studiepunten aantrekkelijker voor studenten. In een korte tijd succes hebben houdt studenten gemotiveerd. Houd hierbij een minimum aan van 5EC en maximaal 2 opdrachten parallel. Zie [Berkel:2012] hoofdstuk 9. Te veel kleine vakken verhoogt juist de kans deze niet te halen.
5. **Plan voor de langere termijn, maar stel niet uit wat er nu al mogelijk is** – Doe wat er al op korte termijn kan aan verhoging van de conversie en bouw vervolgens vanuit een aangepaste profilering en conversie de werving opnieuw op, gericht op aandacht voor aankomende studenten en herstel van de relatie met toeleverende scholen.
6. **Scherp de voorlichting over de studiekeuze aan voor en na de studie** – Besteed extra aandacht in de voorlichting na 1 mei aan het onderwerp ‘studiekeuze’, maar ook direct na de start van de studie in de studieloopbaanbegeleiding. In deze opleiding bevindingen zich veel

studenten die nog onzeker zijn over hun keuze. In de eerste weken van de studie komt eventuele twijfel sterker naar voren en kan het beste direct geadresseerd worden [Festinger:1957]. Waarschijnlijk speelt dit het sterkst bij mannelijke studenten die zich na 1 mei hebben aangemeld en studenten die zijn geswitcht of een tussenjaar hebben gehad.

7. **Onderzoek interne concurrentie** – Door herprofilering van andere opleidingen van De HHs is het aannemelijk dat de instroom van B Communicatie verder wordt ingeperkt. Dit lijkt met name van toepassing op de opleiding B Commerciële Economie, waar onlangs sterk wordt geprofileerd op het profiel Sociale Media. Ook dient er rekening gehouden te worden met het bredere M&O profiel in oprichting voor een gedeeld bachelorjaar. Het is van belang deze twee onderwerpen nader te onderzoeken.
8. **Ontwikkel een marketingplan** – Voor een eventuele herprofilering is het raadzaam een nader marktonderzoek te doen met behulp van OKC, team Marketing & Communicatie. Team M&C heeft aangeboden een marketingplan te leveren dat aansluit bij de kwantitatieve en kwalitatieve instroomdoelen van de opleiding voor de komende jaren.

Ontwikkeling instroom

Algemeen beeld

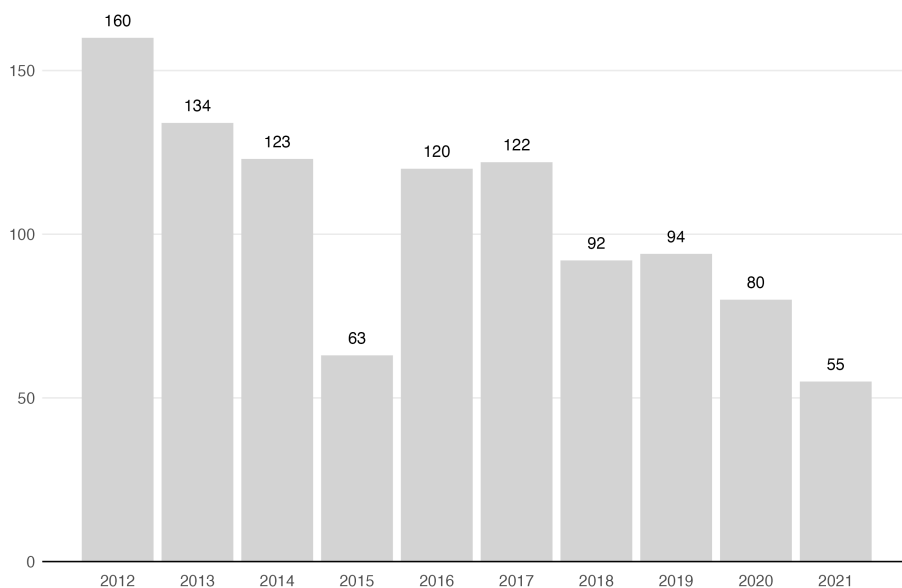
Sinds 2012 is de instroom van de opleiding met 66% afgenomen. In de jaren 2015 en 2016 zien we een sterke variatie die mogelijk samenhangt met de beoordeling van de opleiding door de onderwijsinspectie.

De sterkste dalingen waren er in 2015 (-49%) en 2021 (-31%). Opvallend is daarnaast een stijging in 2016 (+90%). In 2013 is de opleiding op standaard 16 (het eindniveau) 'Onvoldoende' beoordeeld en na het hersteltraject in 2016 met 'Voldoende' beoordeeld. Mogelijk dat beide gebeurtenissen van invloed zijn geweest op de instroom.

HET AANTAL STUDENTEN IS MET 66% GEDAALD

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) | cohorten 2012 t/m 2021 | voltijd

Aantal studenten per cohort van 2012 tot en met 2021: 1) sinds 2012 is het aantal eerstejaars in 2021 met 65% gedaald (van 160 naar 55)



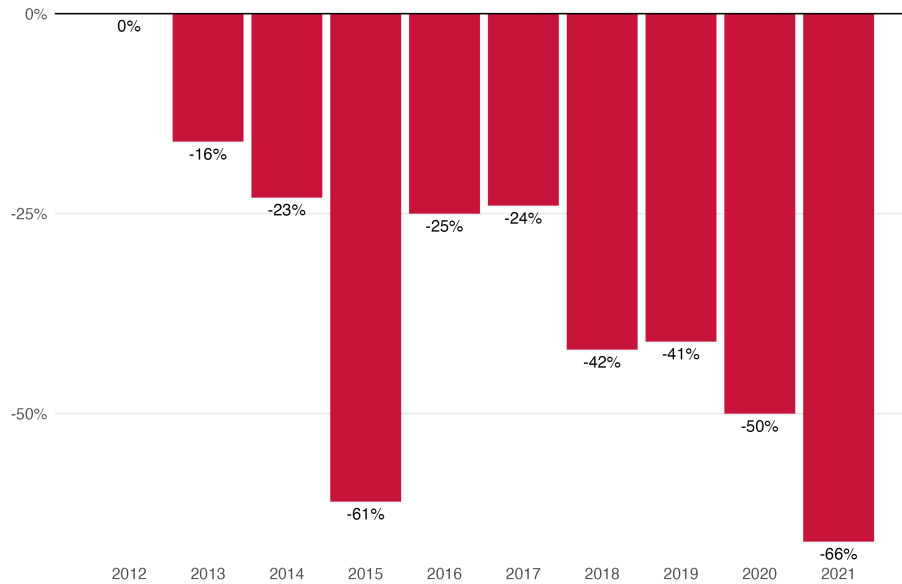
Bron: De HHs, IR & Analytics. Analyse: De HHs, Lectoraat Learning Technology & Analytics © 2023

Figuur 1: Ontwikkeling instroom in aantallen

HET AANTAL STUDENTEN IS MET 66% GEDAALD

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) I cohorten 2012 t/m 2021 I voltijd

Percentuele daling van het aantal studenten per cohort van 2012 tot en met 2021 per jaar ten opzichte van 2012



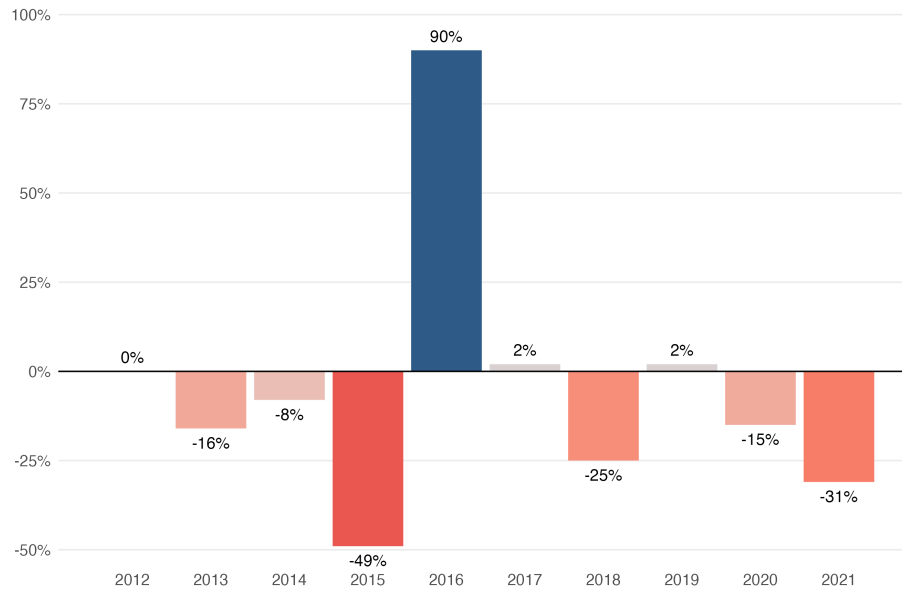
Bron: De HHs, IR & Analytics. Analyse: De HHs, Lectoraat Learning Technology & Analytics © 2023

Figuur 2: Ontwikkeling instroom in percentages per jaar vergeleken met het eerste jaar

IN 2015 EN 2016 BEWOOG DE INSTROOM STERK

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) I cohorten 2012 t/m 2021 I voltijd

Percentuele daling van het aantal studenten per cohort van 2012 tot en met 2021 per jaar ten opzichte van het voorgaande jaar



Bron: De HHs, IR & Analytics. Analyse: De HHs, Lectoraat Learning Technology & Analytics © 2023

Figuur 3: Ontwikkeling instroom in percentages per jaar vergeleken met het voorafgaande jaar

Landelijke ontwikkelingen

Samenvatting

- Landelijk is er tussen 2017 en 2022 sprake van een **drievoudige krimp**. Het totaal aantal hbo studenten is afgenomen met 8%, daarbinnen neemt de sector economie een kleiner aandeel in (-1%) en daarbinnen neemt het aandeel van de opleiding B Communicatie ook af (-1%).

Onderbouwing

- De opleiding valt in het landelijke domein Economie. Landelijk is er sprake van een daling in domein en bij de B Communicatie voor voltijd eerstejaars studenten. Het is nog onduidelijk of de B Communicatie van De HHs sterker daalt dan andere opleidingen. Dit lijkt vanuit interne cijfers van De HHs wel het geval te zijn, maar dit is niet het geval volgens de VH-cijfers.
- Tussen 2017 en 2022 is het aantal studenten dat landelijk is ingestroomd als eerstejaars in een voltijd bacheloropleiding in het hbo gedaald van 89.669 naar 82.478 (-8%) (Bron: VH, 14-03-2023).
- Tussen 2017 en 2022 is het aantal studenten dat landelijk is ingestroomd als eerstejaars in de sector economie in een voltijd bacheloropleiding gedaald van 34.956 naar 31.291 (-10%). Het aandeel van de sector economie in het totaal van alle sectoren is teruggelopen van 39% naar 38%. (Bron: VH, 14-03-2023).
- Voor de opleiding B Communicatie is het aantal studenten dat landelijk als eerstejaars is ingestroomd in de sector economie in een voltijd bacheloropleiding gedaald van 2.012 naar 1.682 (-16%). Het aandeel van de opleiding B Communicatie in de sector economie is teruggelopen van 6% naar 5%. (Bron: VH, 14-03-2023).
- De wiskunde-eis voor deze opleiding heeft mogelijk parten gespeeld in de instroom; deze eis is onlangs losgelaten. Het is nog te vroeg om te zien of dit een gunstig effect heeft. Nader onderzoek naar de ontwikkeling van de profielkeuzes vanaf cohort 2023 kan hier wellicht meer over zeggen.

instroom per opleiding

Druk op het plusje naast de kolomnaam voor meer detail.

sector	opleiding	2017	2018	2019	2020	2021	2022
economie	b accountancy	1,220	1,142	1,087	1,203	988	923
	b bedrijfskunde	2,339	2,737	2,685	2,788	2,697	2,741
	b bestuurskunde/overheidsma..	299	298	361	414	422	344
	b business innovation	190	224	201	190	186	163
	b business it & management	254	261	290	328	235	249
	b business studies	575	603	690	957	749	563
	b commerciële economie	4,127	4,276	4,376	4,817	3,953	3,463
	b communicatie	2,012	1,844	2,140	2,240	1,895	1,682
	b creative business	1,703	2,061	2,400	2,644	2,279	1,989
	b european studies	442	404	366	460	440	412
	b facility management	961	980	870	888	727	681
	b finance & control	2,233	2,032	1,806	1,728	1,523	1,226
	b finance, tax and advice	626	570	506	475	406	319
	b food and business	178	169	121	125	81	62
	b global project and change ma..	68	72	72	80	80	82
	b hbo - rechten	3,029	3,078	3,229	4,064	3,677	3,534
	b hotel management	1,832	1,762	1,802	1,872	1,564	1,473
	b human resource management	1,612	1,782	1,633	1,775	1,420	1,283
	b integrale veiligheidskunde	763	902	1,038	1,181	1,052	980
	b international business	4,687	4,440	4,318	3,932	3,683	3,959
	b journalistiek	662	615	759	872	787	773
	b kunst en economie	170	191	137	128	135	107
	b leisure & events management	596	643	710	791	614	679
	b logistics management	727	600	528	535	458	382
	b ondernemerschap & retail ma..	1,075	1,141	1,297	1,517	1,303	1,400
	b orientaalde talen en commun..	107	100	78	88	95	53
	b sociaal-juridische dienstverle..	831	848	809	942	682	579
	b tourism management	947	933	882	880	559	586
	b trend research & concept cre..	180	138	120	83	70	61
	b vastgoed en makelaardij	511	502	614	797	1,210	543
totaal		34,956	35,348	35,925	38,794	33,970	31,291

Figuur 4: Instroom sector economie 2017-2022 - landelijk - voltijd | bachelor

NB: Dit is een screenshot van de VH. De ondertitel kan genegeerd worden.

instroom per opleiding

Druk op het plusje naast de kolomnaam voor meer detail.

sector	opleiding	2017	2018	2019	2020	2021	2022
economie	b accountancy	128	109	84	76	79	81
	b bedrijfskunde	127	162	140	153	129	137
	b bestuurskunde/overheidsma..	49	54	77	63	74	52
	b commerciële economie	134	123	106	116	70	90
	b communicatie	123	104	129	120	114	117
	b european studies	319	275	264	318	315	255
	b facility management	125	138	122	115	89	98
	b finance & control	189	187	167	182	167	151
	b hbo - rechten	315	298	330	338	352	374
	b human resource management	98	85	83	91	92	84
	b integrale veiligheidskunde	71	106	133	118	138	120
	b international business	334	356	376	360	400	453
	b ondernemerschap & retail ma..	134	122	131	173	118	114
totaal		2,146	2,119	2,142	2,223	2,137	2,126

Figuur 5: Instroom sector economie 2017-2022 - De HHs - voltijd | bachelor

NB: Dit is een screenshot van de VH. De ondertitel kan genegeerd worden.

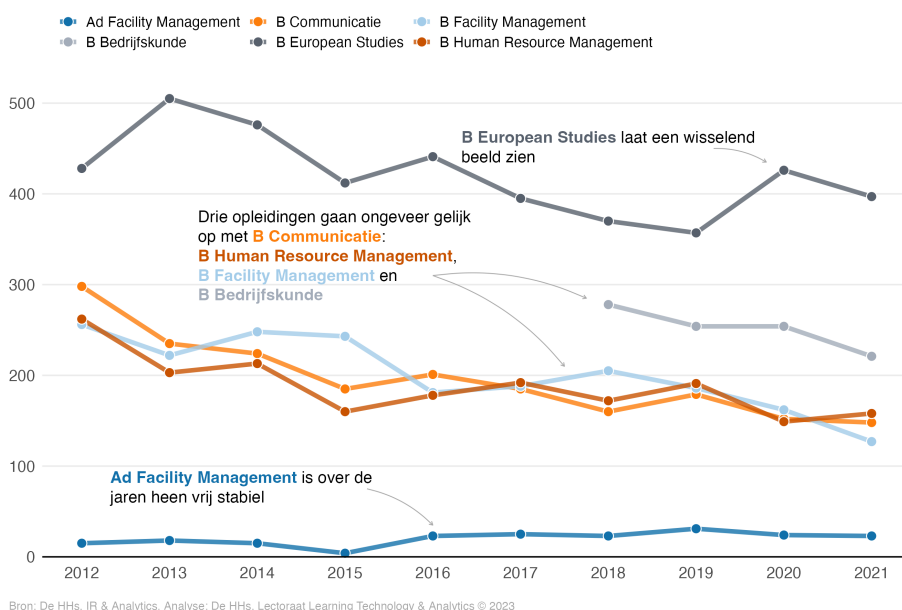
Facultaire ontwikkelingen

De opleiding B Communicatie is niet de enige opleiding die een dalende instroom laat zien. De dalende trend is tussen 2012 en 2021 niet alleen te zien bij de opleiding B Communicatie, maar ook bij overige opleidingen van de faculteit, met uitzondering van de B European Studies en de Ad Facility Management.

MEERDERE OPLEIDINGEN HEBBEN EEN VERGELIJKBARE DALENDE INSTROOM

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) I cohorten 2012 t/m 2021 I voltijd

De dalende trend is tussen 2012 en 2021 niet alleen te zien bij de opleiding B Communicatie, maar ook bij overige opleidingen van de faculteit, met uitzondering van de B European Studies en de Ad Facility Management.



Figuur 6: Ontwikkeling instroom overige opleidingen M&O

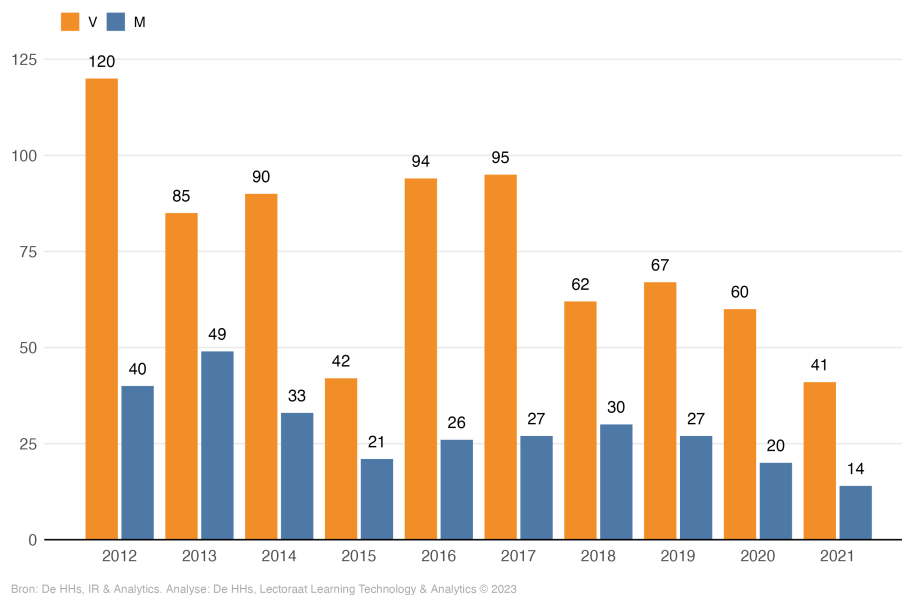
Ontwikkeling naar geslacht

Naar verhouding is het aantal mannen eerder gedaald dan het aantal vrouwen. Sinds 2012 is het aantal eerstejaars in 2021 met 65% gedaald (van 160 naar 55). Sinds 2016 lijkt de daling zich onder mannen wat te stabiliseren maar zet de daling onder vrouwen voort. Het aandeel mannen varieert tussen 25-30%.

DE LAATSTE JAREN DAALT VOORAL HET AANTAL VROUWEN

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) | cohorten 2012 t/m 2021 | voltijd

Aantal mannen en vrouwen per cohort van 2012 tot en met 2021: 1) sinds 2012 is het aantal eerstejaars in 2021 met 65% gedaald (van 160 naar 55), en 2) sinds 2016 lijkt de daling zich onder mannen wat te stabiliseren maar zet de daling onder vrouwen voort

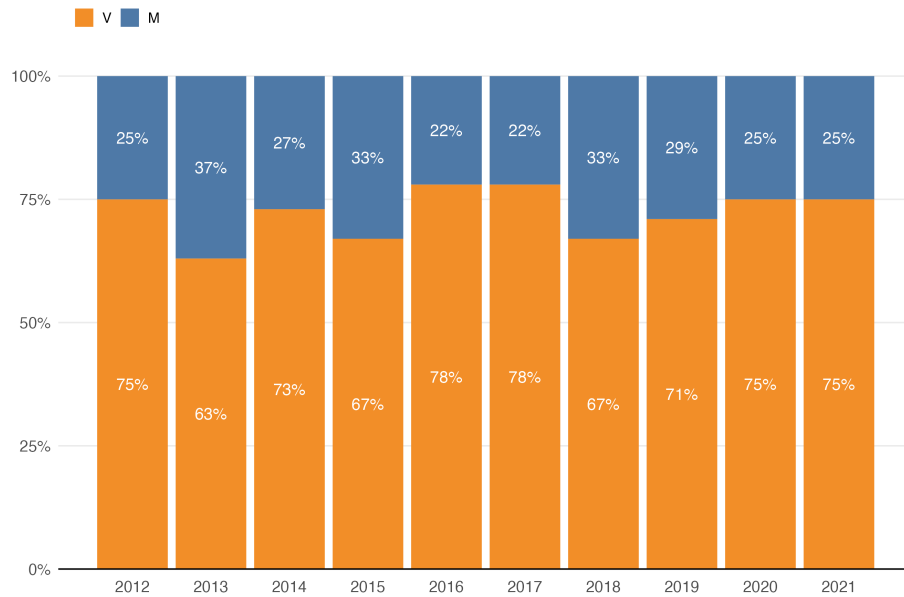


Figuur 7: Ontwikkeling instroom in aantallen per geslacht

HET AANDEEL MANNEN LIGT ROND DE 25-30%

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) I cohorten 2012 t/m 2021 I voltijd

Percentage mannen en vrouwen per cohort van 2012 tot en met 2021.



Bron: De HHs, IR & Analytics. Analyse: De HHs, Lectoraat Learning Technology & Analytics © 2023

Figuur 8: Ontwikkeling instroom in percentages per geslacht

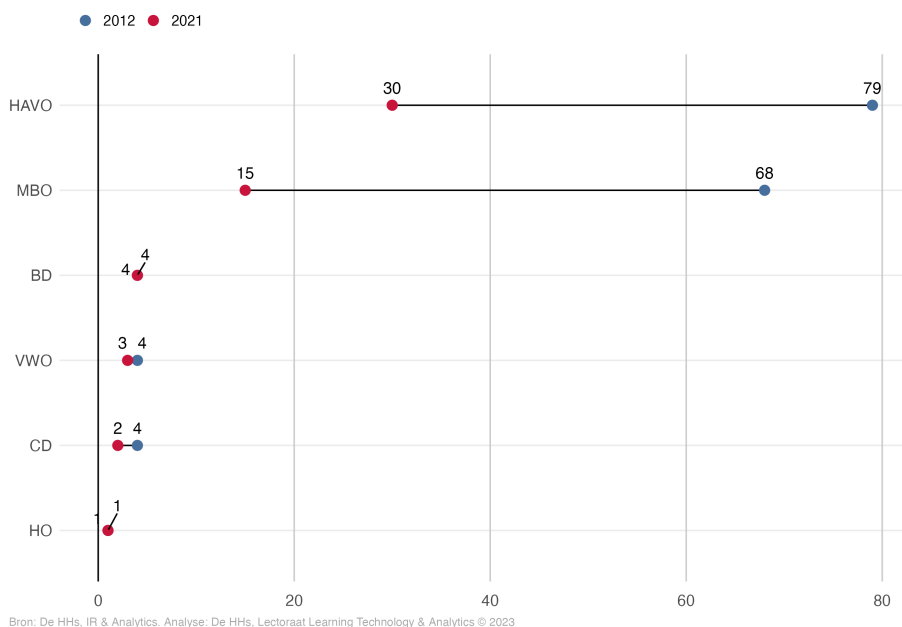
Ontwikkeling naar vooropleiding

De daling van de instroom heeft voornamelijk plaatsgevonden in het mbo en havo. Overige toelaatgevende vooropleidingen hebben een zeer beperkt aandeel in de instroom.

DE INSTROOM UIT HAVO EN MBO IS STERK AFGENOMEN

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) | cohorten 2012 t/m 2021 | voltijd

Tussen 2012 en 2021 is de instroom gedaald met name vanuit de havo en het mbo.



Figuur 9: Ontwikkeling instroom naar vooropleiding

In 2016² zijn zowel uitgaande als inkomende scholenbezoeken door De HHs afgeschaft. Mogelijk dat dit een effect heeft gehad op de instroom van deze opleiding. Het effect van scholenbezoeken of het wegvallen daarvan zal verschillen per opleiding. Het hangt af van de mate waarin een opleiding uniek is in de regio of Nederland. De verwachting is dat hoe minder uniek een opleiding is, des te belangrijker scholenbezoek is voor profilering, zeker als concurrerende opleidingen van andere onderwijsinstellingen wel scholenbezoeken organiseren.

De belangrijkste aanwas voor deze opleiding is het mbo. Daarbinnen is er sprake van een rangorde bij de top-5 mbo scholen die tussen 2012 en 2021 heeft gewisseld. Opmerkelijk is de tijdelijke opkomst van het Grafisch Lyceum rond 2016. Het

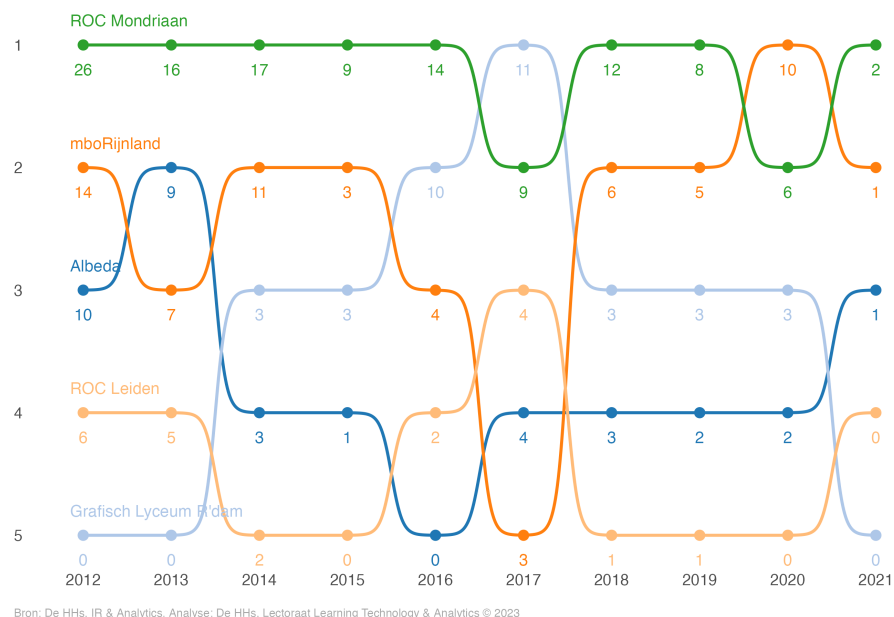
²Dit jaar dient nog gecontroleerd te worden.

verdient aanbeveling contact op te nemen met deze scholen om te achterhalen wat de dynamiek kan verklaren in de afgelopen jaren.

DE RELATIE MET MBO SCHOLEN MET DE GROOTSTE INSTROOM IS VERLOREN GEGAAN

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) I cohorten 2012 t/m 2021 | voltijd

Tussen 2012 en 2021 is de instroom van de top-5 MBO scholen gereduceerd naar nihil.



Figuur 10: Ontwikkeling rangorde van top-5 mbo-scholen

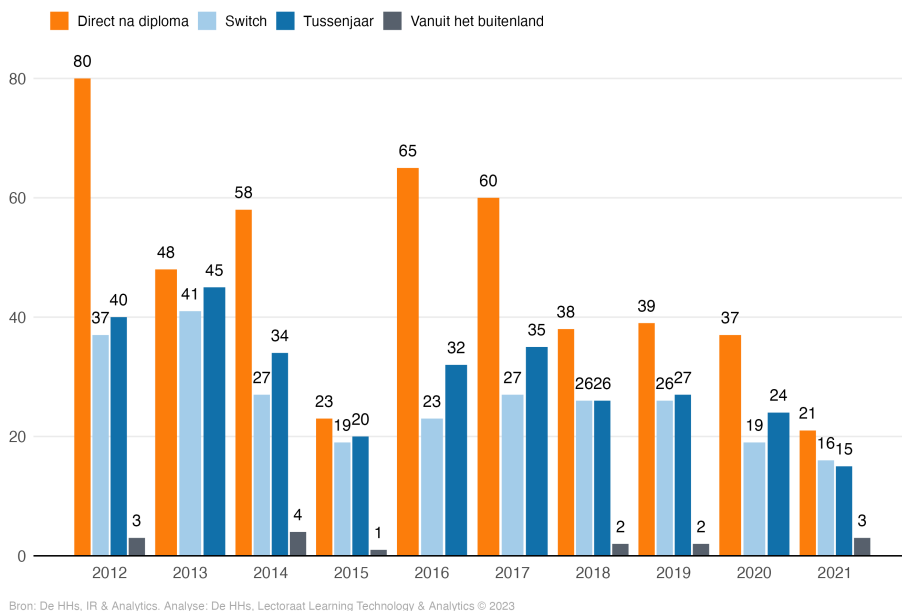
Ontwikkeling naar directe of indirecte instroom

In de instroom maken we een onderscheid tussen directe instroom, direct na het behalen van een diploma in de toelaatgevende opleiding, en overige instroom na switch of een tussenjaar. Opvallend is het grote aandeel van switchers en studenten met een tussenjaar (sinds 2017 meer dan 50%). De veronderstelling is dat dit duidt op een grotere onzekerheid over de studiekeuze; hier dient extra aandacht aan besteed te worden in de voorlichting en onboarding.

HET AANDEEL STUDENTEN DAT DIRECT INSTROOMT IS AFGENOMEN

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) | cohorten 2012 t/m 2021 | voltijd

De opleiding heeft naar verhouding een groot aantal switchers of studenten dat een tussenjaar heeft genomen. Hun aandeel in het totaal aantal studenten is sinds 2017 meer dan 50%.

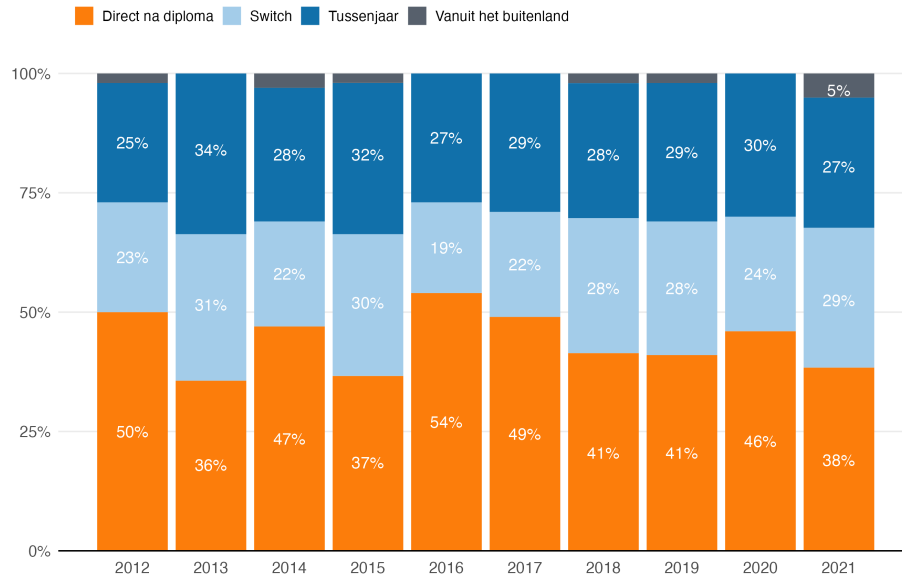


Figuur 11: Ontwikkeling directe en indirecte instroom in aantallen

HET AANDEEL STUDENTEN DAT DIRECT INSTROOMT IS AFGENOMEN

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) I cohorten 2012 t/m 2021 I voltijd

De opleiding heeft naar verhouding een groot aantal switchers of studenten dat een tussenjaar heeft genomen. Hun aandeel in het totaal aantal studenten is sinds 2017 meer dan 50%.



Bron: De HHs, IR & Analytics. Analyse: De HHs, Lectoraat Learning Technology & Analytics © 2023

Figuur 12: Ontwikkeling directe en indirecte instroom in percentages

Oriëntatie- en aanmeldpatronen

Oriëntatiepatronen

Bron: Team Marketing & Communicatie, OKC, CRM (Customer Relationship Management systeem; systeem met aanmeldingen voor open dagen, meelopen, proefstuderen, etc.).

Opvallende zaken zijn:

- Ruim 300 studenten liepen in 2022 mee met open dagen; 10% van hen komt proefstuderen.
- De opleiding kent een lage conversie van interesse naar aanmelding: 2,8% versus 6,0% binnen de rest van de faculteit. Studenten oriënteren zich breed: gemiddeld bezoeken zij 4,5 opleidingen op deze dagen.
- De oriëntatie wordt gecombineerd met de opleidingen van de faculteiten ITD en BFM: Communicatie en Multimedia Design, Human Resource Management, Social Work en Commerciële Economie.

Selectie: Aanmeldingen voor cohort 2023, gewogen aanmeldingen, type activiteit: open dag, proefstuderen, meelopen d.d. 19-03-2023.

Tabel 1: Conversie van CRM activiteiten naar aanmeldingen; vergelijking M&O en B Communicatie

	M&O	B Communicatie
Unieke CRM activiteiten	2.224	331
Aanmeldingen met minstens een CRM activiteit	152	9
Conversie van activiteit naar aanmelding	6,9%	2,8%
Gemiddeld aantal opleidingen op een open dag	4,4	4,8

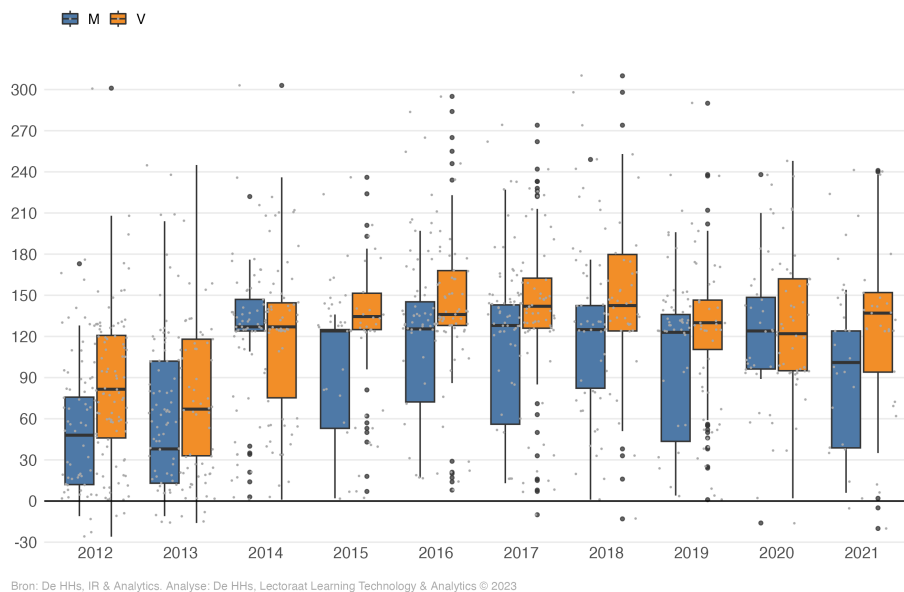
Aanmeldpatronen naar geslacht

- In het aanmeldgedrag zien we een duidelijk verschil tussen mannen en vrouwen. In 2015 is de aanmelddeadline verschoven naar 1 mei (= 123 dagen voor 1 september); dit zien we terug in de data.
- De helft van de mannen meldt zich sindsdien na 1 mei aan, terwijl bij vrouwen dat slechts een klein deel is.
- Een uitzondering hierop was het cohort 2020. Vermoedelijk hing dit samen met de corona maatregelen: doordat de ingangseisen anders waren, wisten studenten al eerder of zij zich konden aanmelden.
- Dit impliceert dat studenten met lagere cijfers zich later aanmelden, omdat zij nog niet weten of zij toelaatbaar zijn. Dit lijkt meer te spelen bij mannen dan bij vrouwen.

MANNEN MELDEN ZICH LATER AAN DAN VROUWEN

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) | cohorten 2012 t/m 2021 | voltijd

Sinds 2014 melden studenten zich eerder aan. Sinds 2015 melden mannen zich iets later aan dan vrouwen en naar verhouding zijn er veel mannen die zich in de laatste maanden voor de studie nog aanmelden. Een uitzondering hierop was 2020. (Op de y-as staat het aantal dagen tussen de aanmelding en 1 september; de 0-lijn is 1 september.)



Bron: De HHs, IR & Analytics. Analyse: De HHs, Lectoraat Learning Technology & Analytics © 2023

Figuur 13: Aanmeldpatroon naar geslacht

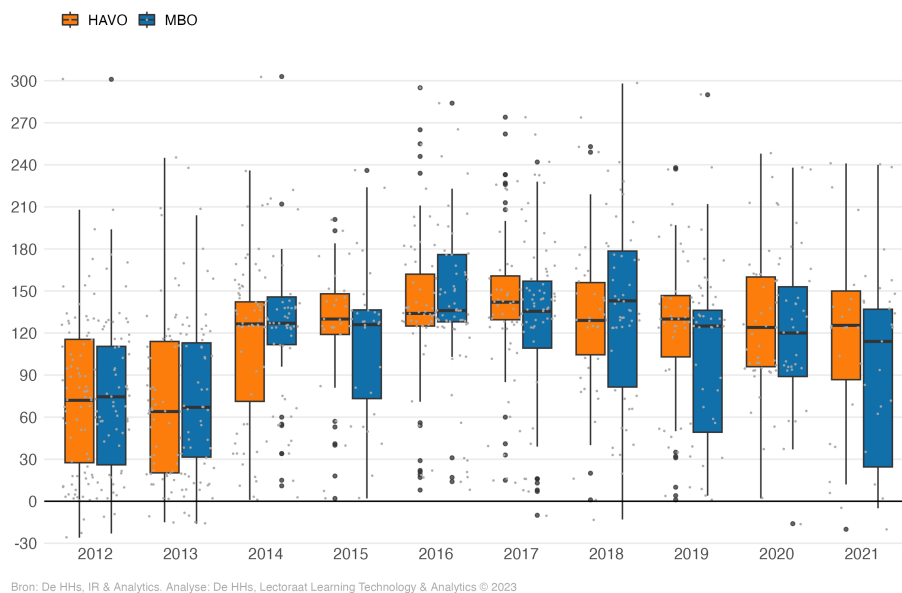
Aanmeldpatronen naar toelaatgevende vooropleiding

- In de vooropleidingsdata zien we een soortgelijk beeld in mindere mate terug. Mbo studenten melden zich vaker later aan. Ook hier was dat in 2020 niet het geval.

MBO LEERLINGEN MELDEN ZICH LATER AAN DAN HAVISTEN

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) | cohorten 2012 t/m 2021 | voltijd | havo en mbo

Sinds 2014 melden studenten zich eerder aan. Naar verhouding zijn er meer mbo leerlingen die zich in de laatste maanden voor de studie nog aanmelden. Een uitzondering hierop was 2020. (Op de y-as staat het aantal dagen tussen de aanmelding en 1 september; de 0-lijn is 1 september.)



Figuur 14: Aanmeldpatroon naar vooropleiding

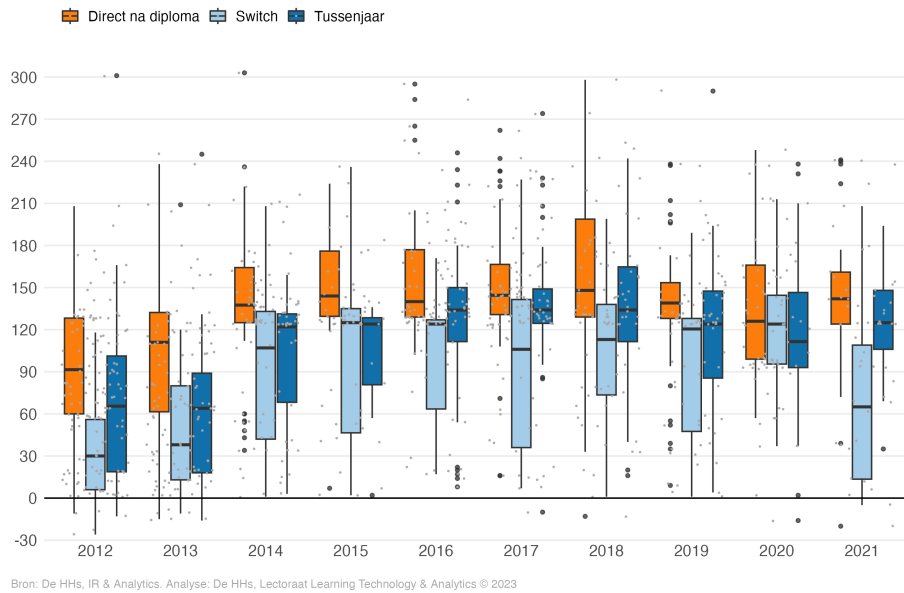
Aanmeldpatronen naar directe of indirecte instroom

- Het sterkste patroon zien we in de aanmelddata naar directe of indirecte instroom. Switchers melden zich het laatst aan. Waarschijnlijk weten zij pas laat in het jaar dat ze de opleiding die zij tot dan toe hebben gevolgd niet langer kunnen volgen. Het laat zien dat de keuze voor de opleiding er voor de meesten van hen niet een is geweest op basis van een lang gekoesterde wens.
- Voor studenten met een tussenjaar ligt dit genuanceerder. De helft hen weet juist voor de deadline dat ze deze opleiding willen gaan volgen; de andere helft besluit dit op een later moment, maar niet zo laat als switchers.
- In 2020 en 2021 zien we een corona effect: in 2022 melden alle studenten zich rond de deadline aan, terwijl in 2021 het aantal late switchers hoog is. Waarschijnlijk wisten zij pas laat dat de studie die zij volgden niet langer een optie was.

SWITCHERS EN STUDENTEN MET EEN TUSSENJAAR MELDEN ZICH LATER AAN

Instroom B Communicatie/CO (MO / De HHs) | cohorten 2012 t/m 2021 | voltijd | directe instroom, switch en tussenjaar

Sinds 2014 melden studenten zich eerder aan. Naar verhouding zijn er meer switchers en studenten met een tussenjaar die zich in de laatste maanden voor de studie nog aanmelden. Een uitzondering hierop was 2020. (Op de y-as staat het aantal dagen tussen de aanmelding en 1 september; de 0-lijn is 1 september.)



Figuur 15: Aanmeldpatroon naar directe of indirecte instroom

Mogelijk vervolgonderzoek

- *Geografische spreiding van de instroom.* Dit onderdeel brengt in kaart waar de studenten vandaan komen. Dit is nog niet klaar, maar zal in een volgende versie worden meegenomen.
- *Uitval.* Welke patronen zien we in de uitval en kunnen we die relateren in patronen in de instroom. Dit vervolgonderzoek is inmiddels in de maak.
- *Wiskunde-eis.* De afschaffing van de wiskunde eis kan een effect hebben op de instroom. Het zal interessant zijn dit nader te onderzoeken.

Referenties

Bijlage 1 - Activiteiten

Voor dit onderzoek zijn de volgende activiteiten uitgevoerd:

- **Overleg met BAK-medewerker M&O:** met Monique Deleu, over het vraagstuk en haar analyses tot nu toe.
- **Eerste verkenning van beschikbare data:**
 - Project Studiedata, team IR & Analytics, OKC
 - IR informatie over marktaandelen, team IR & Analytics, OKC
 - CRM informatie over deelname aan voorlichtingsactiviteiten en conversie, Team Marketing & CRM, OKC
 - Publieke data van studiekeuzegids 1-2-3, de Vereniging Hogescholen (ontwikkeling instroom overige B Communicatie opleidingen) en DUO (stroominformatie)
- **Brainstormsessie met domeinexperts:** Monique Deleu (BAK, M&O), Esterella de Roo, Anne Rosier en Ash Sewnandan (IR&A, OKC), Stamatios Xanthoulis en Marianne van Veldhuisen (Marketing & CRM, OKC), Theo Bakker (lectoraat Learning Technology & Analytics)
- **Overleg met leidinggevend en stakeholders:** Harriet van Daal, (manager faculteitsbureau), Pim Fernig (opleidingsmanager), Henk Mastenbroek (docent van de opleiding).
- **Redactie:** Theo Bakker, Monique Deleu, reviews door Tessa Verheydt en Kinga Krepa

Nog openstaande punten:

- ☐ Jaartal van het opheffen van de schoolactiviteiten
- ☐ Gegevens van de opleiding B Bedrijfskunde voor 2018
- ☐ Discrepantie in aantallen De HHs en VH