

Internationaliseringsbeleid opleiding Ondernemerschap & Retail Management



1. De relevantie van internationalisering voor ORM

1.1 Waarom internationalisering?

Op het hoogste abstractieniveau, de mondiale politiek, wordt internationalisering van het onderwijs gezien als middel om wereldvrede en veiligheid te bewerkstelligen. De gedachte is dat wanneer mensen onderling elkaar beter begrijpen en open staan voor ideeën die anders zijn dan 'normaal' in de eigen cultuur de mensheid vreedzamer met elkaar om kan gaan. De Europese Unie heeft een meer economisch perspectief. Zij zien, naast het bevorderen van 'Europees Burgerschap' onder studenten, internationalisering hoofdzakelijk als een middel om de Europese markt te intensiveren. Het Erasmus+ programma en de Bologna-afspraken dragen bij aan de vrije beweging van mensen en diensten binnen de Europese lidstaten door o.a. uitwisseling in het hoger onderwijs te faciliteren. Ook op nationaal niveau is er een meer economisch perspectief. Internationalisering staat in een lange traditie binnen onze Nederlandse samenleving. Vanuit de Nederlandse historie staat Nederland bekend om zijn internationale handelsgeest. Door wereldwijde technologische ontwikkelingen en innovaties, liberalisering van de wereldhandel en nieuwe communicatiemiddelen leven we in een snel veranderende wereld.

De Vereniging Hogescholen en Vereniging van Universiteiten (2014) stelt dat internationalisering een cruciale factor is bij de ontwikkeling van Nederland als kenniseconomie. Versterking van de innovatie- en concurrentiekracht staat hierbij centraal. Beoogde ambities zijn (2014, p. 4):

- Nederlandse studenten beschikken over relevante, breed inzetbare kennis en internationale vaardigheden die nodig zijn voor de toekomstige beroepsuitoefening in Nederland en elders.
- De ontwikkeling van internationale competenties een zichtbare plaats te geven in het onderwijs.
- Internationale studenten en staf leveren een stevige bijdrage aan de Nederlandse kenniseconomie.
- Onderwijs en onderzoek te positioneren in het kader van Nederland als kenniseconomie.
- Verbreding van internationale strategische samenwerking en de deelname aan 'global knowledge networks'.

De HBO-raad geeft aan dat internationalisering een belangrijk onderdeel dient te zijn van het hoger onderwijs. De Nederlandse samenleving vragen om internationalisering van het onderwijs en de versterking van de internationale dimensies in het onderwijs ten behoeve van het internationaal competent worden van leerlingen en studenten. Met verwerking van internationale of interculturele dimensies in de onderwijsinhoud en –omgeving zijn diverse maatschappelijke belangen gediend.

1.2 Strategische agenda Saxion

In haar strategische agenda 2016-2020 spreekt Saxion haar ambities t.a.v. internationalisering uit. Een internationale oriëntatie van het onderwijs en de mobiliteit van Saxion-studenten en docenten is een belangrijke pijler van de strategische agenda. Door technologische innovaties zijn studenten mobieler en internationaler geworden. Communicatie met het buitenland is eenvoudiger geworden, nieuwe markten zijn makkelijker te bereiken en de nieuwste innovaties en kennis worden mondiaal gedeeld. De internationale oriëntatie trekt buitenlandse studenten aan en dient Nederlandse Saxion-studenten voor te bereiden om te kunnen participeren op internationale arbeidsmarkten. In Euregionaal samenwerkingsverband vinden hogere onderwijsinstellingen en het werkveld elkaar. Internationalisering heeft een sterke relatie met de persoonlijke ontwikkeling van de student. Het versterken van diversiteit binnen Saxion zorgt ervoor dat studenten en medewerkers aansluiting vinden bij de veranderende wereld en andere culturen. Ook geeft Saxion in haar strategisch plan aan

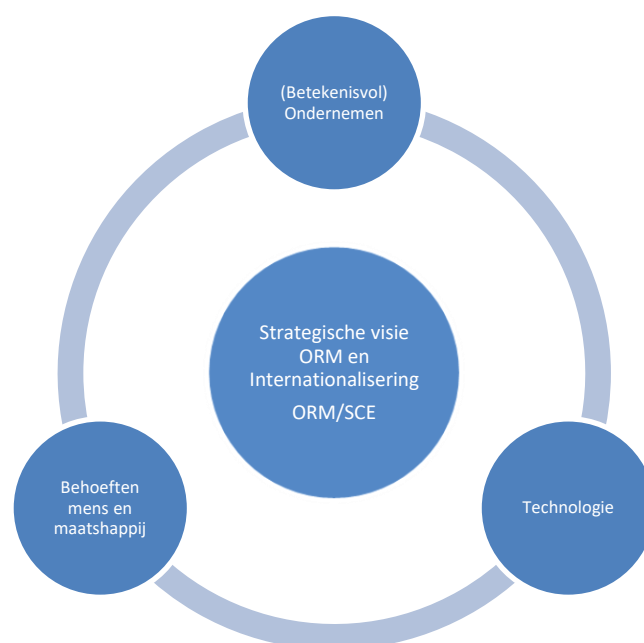
dat zij het ondernemerschap onder studenten wil stimuleren. Internationalisering kan hieraan een constructieve bijdrage leveren. Saxion profileert zich als kennispartner en wil een bijdrage leveren aan de (technologische) innovatie van de beroepspraktijk, de economische ontwikkeling van de regio en het oplossen van maatschappelijke vraagstukken. Praktijkgericht onderzoek is derhalve ingebed in het onderwijs en draagt bij aan de onderzoekende en ondernemende houding van de Saxion-student. Door te werken met regionale en internationale partners wordt nieuwe kennis ontwikkeld die (inter)nationaal van betekenis kan zijn.

1.3 Waarom Internationalisering bij SCE?

We willen onze studenten, de marketeers en ondernemers van de toekomst, goed voorbereiden op deze toekomst en binnen onze academie de voorwaarden creëren om de benodigde kennis door te geven en de studenten optimaal te begeleiden zodat zij de juiste professionele vaardigheden kunnen ontwikkelen. Hierdoor worden zij waardevolle professionals die het onderscheid weten te maken, zowel in het bedrijfsleven als in de maatschappij. Internationalisering is een belangrijk onderdeel van deze ambitie.

1.4 Waarom internationalisering bij ORM?

Binnen ORM worden ondernemers opgeleid die in een nationale en internationale context maatschappelijke behoeftes en technologische innovaties met elkaar kunnen verbinden en ondernemersinitiatieven ontplooiën. Binnen de dynamiek van (technologische) innovatie, (betekenisvol) ondernemen en de behoeften van mens en maatschappij vinden internationaliseringsactiviteiten plaats (zie figuur 1.1). Het is onze ambitie om in een internationale context ondernemers op te leiden die vanuit passie en overtuiging de verbinding maken tussen de potentie van (technologische) innovaties, de (latente) behoeftes van mens of maatschappij en de vereisten voor een succesvolle onderneming. De nieuwste technologische ontwikkelingen vinden plaats in het binnen- en buitenland. Ook de maatschappelijke behoeftes verschillen per regio waardoor het voor een ondernemer interessant wordt om internationaal te opereren. Nederlandse technologische ontwikkelingen kunnen inspelen op mondiale behoeftes of omgekeerd. Technologische ontwikkelingen vanuit het buitenland kunnen voorzien in een Nederlandse behoefte. We streven er naar om aankomende ondernemers in een internationale en multidisciplinaire context business opportuniteiten te creëren. Onze studenten leren hierbij wat de latente behoeften van consumenten, investeerders en business-markten zijn.



Figuur 1.1: De kaders van het internationaliseringsbeleid van ORM

2. Strategische thema's binnen ORM in een internationale context

Het internationaliseringsbeleid van ORM wordt geladen vanuit de inhoud. De strategische visie van ORM, de inhoudelijke oriëntatie van de lectoraten en de uitstroomprofielen van ORM zijn hierbij het vertrekpunt. Vanuit het onderwijs kent ORM de uitstroomprofielen Retail Management, Start-ups en Bedrijfsovername. In interactie met de betrokken lectoren, onderzoekers en docenten zijn strategische thema's en uitgangspunten vastgesteld die leidend zijn bij het vormgeven en uitvoeren van het internationaliseringsbeleid. Dit draagt bij aan onze profilering en positionering in internationale context.

2.1 Strategische thema lectoraten

Saxion staat voor een Smart World waarin ondernemerschap, technologie en samenleving elkaar vinden. De huidige tijd vraagt steeds meer om een verantwoorde omgang met de wereld. Het streven naar duurzaamheid, de slimme inzet van technologie en maatschappelijke acceptatie vragen om een betrokken en verantwoorde benadering van businessontwikkeling. Dit sluit nauw aan bij de focus van de lectoraten Business Creation, Business Models, Digital Intelligence & Business en Regio-Ontwikkeling.

Het onderzoek van de vier lectoraten in het economisch domein draagt bij aan de ontwikkeling van kennis voor onderwijs, beroepspraktijk en externe partners. Onderwijs en onderzoek hebben een sterke regionale verankering. Het onderzoek heeft echter ook de ambitie op onderdelen een bovenregionale en internationale uitstraling te hebben. Strategische samenwerkingsverbanden met sterke (internationale) partners buiten de regio sluit nauw aan op deze ambitie. Onderzoek en onderwijs dragen bij aan innovatie in de zogenaamde 'quadruple helix'. Dit is de bekende triple helix samenwerking tussen onderwijs, ondernemingen & overheid aangevuld met de inbreng van de mens (burger/klant/inwoner), veelal georganiseerd in het maatschappelijk middenveld.

Het vermogen om in te kunnen spelen op de ontwikkelingen in maatschappij, technologie en markten is essentieel voor bedrijven en overheden. Ondernemerschap verandert daarom continu en vraagt om voortdurende business vernieuwing waarbij inzet van nieuwe technologie, digitale intelligentie, duurzaamheid, delen, internationalisering, netwerken en het benutten van regionale karakteristieken belangrijk zijn. Binnen de driehoek business, technologie en samenleving richt onderzoek zich uiteindelijk altijd op verantwoorde business creatie. De lectoraten richten zich niet op de ontwikkeling van nieuwe technologie, maar eerder op de toepassing ervan en de gevolgen voor bedrijven, overheden en regio's. Relevante vragen hierbij zijn: Welke effecten hebben technologische veranderingen op het bedrijf en op de markt die zij bedienen en mogelijk kunnen bedienen? Hoe krijgt duurzaamheid hierin een plaats? Wat betekent het voor de ondernemer, bedrijfsopvolger of professional in termen van benodigde capaciteiten en competenties? Hier ligt ook een belangrijke link naar het onderwijs waar studenten '21st century skills' moeten opdoen als professional van de toekomst.

Het onderzoeksprogramma van de lectoraten in het economisch domein heeft als doel om mechanismen voor verantwoorde business creatie te ontwikkelen en te verweven in het hoger beroepsonderwijs. Hoe gaan ondernemers in de driehoek bedrijf - technologie – samenleving om met uitdagingen in de ons omringende 'smart world'? Hoe kunnen ze slim gebruik maken van de mogelijkheden van nieuwe digitale klantbenaderingen en gebruik van data? Hoe ontwikkelen zij nieuwe businessmodellen en spelen zij in op regionale karakteristieken en de veranderende rol van de overheid? Op welke manier biedt samenwerking tussen partners in de 'quadruple helix' kansen op inspirerend ondernemerschap? Hoe kunnen netwerken en samenwerking in regionale en internationale clusters gebruik maken van innovaties en toegevoegde waarde leveren? De lectoraten werken op nationaal en internationaal niveau aan deze strategische vraagstukken.

In tabel 3.1 is de focus van elk lectoraat uitgewerkt en zijn strategische thema's geformuleerd. Studenten en docenten (in de rol van coach of docent-onderzoeker) zullen in samenwerking met het lectoraat een actieve bijdrage leveren aan het uitwerken van de strategische thema's door het uitvoeren van toegepast onderzoek in zowel een nationale als internationale context. Kennisontwikkeling, kennisdeling en kennisborging staan hierbij centraal.

Tabel 3.1: Strategische thema's van lectoraten SCE/ORM

Lectoraat	Focusgebied lectoraat	Strategische thema's
Business creation	Business creatie vindt plaats bij ondernemers die ondernemerschap vorm geven via de start van een eigen bedrijf en bij ondernemers die ondernemerschap vorm geven via de overname van een bestaand bedrijf (veelal familiebedrijf). Innovatie en creativiteit als middel voor business ontwikkeling is daarvoor noodzakelijk.	- Ondernemendheid van studenten. - Ontwikkeling van internationale competenties binnen ondernemingen. - Ecosystemen rondom startende ondernemingen om business te creëren (i.s.m. met lectoraat Regio Ontwikkeling) - Ondernemerscompetenties en persoonskenmerken van de ondernemer bij business creation. - Maatschappelijke ontwikkelingen, (technologische) innovaties & trends en hun invloed op ondernemen. - De effectiviteit van business modellen van startende ondernemers en hun maatschappelijk impact en waardecreatie. - De effectiviteit van business modellen van familiebedrijven en hun maatschappelijk impact en waardecreatie. - Impact van onderwijskundige interventies op de ondernemendheid van studenten en kwaliteit van de ondernemer - Adaptatievermogen kleine-middelgrote MKB'ers (scale ups).
Digital intelligence	Hanteert een integrale benadering ten aanzien van het leren kennen van klantgeoriënteerde data voor het creëren van new business. Zowel artificiële intelligentie, menselijke intelligentie als new business komen hierin samen teneinde toegevoegde waarde voor bedrijven en organisaties te genereren. Deze groep beoogt een integrale benadering van data met aandacht voor begrip en sturing van klantgedrag. Het kunnen vertalen van indicatoren uit diverse bronnen van data naar het meten van conversie, resultaat en omzet is een van de essentiële competenties.	- Digitale business strategie. - Artificial Intelligence en besluitvorming. - Digital marketing innovatie in diverse sectoren. - Digitaal volgen van klantgedrag met gebruik van digitale middelen. - Digitale klantbeleving in de retail. - Nieuwe verdienmodellen met digitale distributie en digitale productieprocessen. - Digital marketing innovatie in diverse sectoren. - Marketing intelligence toepassen.
Regio Ontwikkeling	Richt zich op het vinden en benutten van kansen voor regionale vraagstukken en het creëren van waarde in een business context door vernieuwende oplossingen voor morgen. Het onderzoek heeft een focus op regionaal economische geografie rond thema's als vestigingsklimaat en governance, clusters & innovatie, technologie en arbeidsmarkt. Oriëntatie op samenwerking met internationale regio's.	- Governance activiteiten waarin de overheid wel/niet in quadruple helix netwerken intervineert om regio-ontwikkeling in een business context aan te jagen (bijv. - Economisch-geografisch onderzoek naar innovatie en bedrijvigheid binnen startups en scale ups in ecosystemen en locatiespecifieke (ruimtelijke) factoren die hierop van invloed zijn op regionaal en internationaal schaalniveau. - Vanuit de identiteit die regio's eigen-aardig en merkwaardig maakt, richt het onderzoek zich op de locale en regionale condities die nodig zijn om economische ontwikkeling mogelijk te maken (- Sociaal en betekenisvol ondernemen). - Kenmerken, ontwerpeisen en impact van hybride leeromgevingen in, ecosystemen als gunstige voorwaarde voor regio-ontwikkeling en innovatie. - Innovatieve retailconcepten, gastvrijheid en revitalisering van binnensteden (Retailinnovatielabs). - Hospitality sector als driver voor regio-ontwikkeling (Familiebedrijven in Hospitality).
Business models (FEM)	Onderzoek naar nieuwe businessmodellen die slim gebruik maken van technologie en rekening houden met duurzaamheid en sociale waarde. Het lectoraat ontwikkelt methoden en tools voor het ontwerpen, toetsen, aanpassen en implementeren van businessmodellen. De focus ligt op businessmodellen voor meervoudige waardecreatie, samenwerking in netwerken en technologie als belangrijke enabler.	- Business Model Innovatie & Tooling : Methoden en tools voor systematisch ontwerpen en vernieuwen van business modellen. - Business Modellen voor de Circulaire Economie. Ontwikkelen van business- en verdienmodellen voor het sluiten of verlengen van materiële kringlopen: marktmodellen warmtenetten, ontwikkeling MOOC, servitization for circular business models in smart industry.

2.2 Strategische inhoudelijke oriëntatie

We richten ons vooral op (technologische) innovatieve en maatschappelijke vraagstukken in topsectoren. Topsectoren zijn gebieden waar het Nederlandse bedrijfsleven en onderzoekscentra wereldwijd in uitblinken. De topsectorenaanpak draagt bij aan een stevige internationale positie van de Nederlandse sectoren die hun kennis en innovatieve oplossingen inzetten voor het aanpakken van mondiale uitdagingen. Het bedrijfsleven, universiteiten, onderzoekscentra en de overheid werken samen aan kennis en innovatie om deze positie verder te versterken. Ondernemers, overheden en onderzoekers werken op (inter)nationaal niveau samen aan vraagstukken vanuit leidende trends om de concurrentiepositie van Nederland op het gebied van handel en industrie te versterken. Saxion kiest vanwege haar demografische ligging, voor een aansluiting bij de topsector High Tech Systemen en Materialen (HTSM). Binnen Saxion is dit beter bekend als Living Technology of Smart Solutions. Interessante topsectoren voor ORM zijn Creatieve Industrie, Energie/Clean tech, High Tech Systemen en Materialen, Life Sciences & Health. De strategische thema's van de lectoraten van SCE/ORM sluiten goed aan op de thematieken in deze topsectoren.

We kiezen in ons internationaliseringsbeleid voor een regionale benadering. In lijn met de strategische visie van ORM (zie figuur 1.1) zijn internationale regio's geselecteerd waar wij onze internationaliseringsactiviteiten op willen richten. De strategische thema's van de lectoraten zijn kaderstellend bij het selecteren van internationale regio's waar we mee samenwerken (zie hoofdstuk 4). Tevens zijn diverse 'global rankings' geraadpleegd om te onderzoeken wat interessante landen, regio's en markten zijn om onze internationale activiteiten op te richten:

- The Global Innovation Index.
- Globalization Index.
- The Global Human Capital Index.
- The Global Competitiveness Report.
- Easy of doing business.

3. Internationaal partnernetwerk ORM

We opereren zowel in leidende internationale regio's die zich kenmerken door innovatie en ondernemersgeest als regio's waar ontwikkeling noodzakelijk is. Kennisontwikkeling, kennisdeling en kennisborging staan hierbij centraal. Er zullen samenwerkingsverbanden worden aangegaan met nationale en internationale onderzoeksinstituten, partnerhogescholen, universiteiten en science-parks. In een internationale regio leggen we in lijn met de quadruple helix filosofie de verbinding met partnerhogescholen, kennisparken of –instituten, start-up centra en/of innovatieve ondernemingen. We zoeken hierbij de samenwerking met bedrijven en partnerhogescholen in buitenlandse regio's waar enerzijds hoogwaardige (technologische) innovaties plaatsvinden en/of waardevolle initiatieven op het gebied van betekenisvol ondernemen leidend zijn voor samenwerking in deze netwerken.

Het realiseren van de strategische visie van ORM vergt een stevig internationaal relatienetwerk. Om het selecteren van internationale regio's en partners te objectiveren zijn de volgende uitgangspunten geformuleerd:

1. We continueren samenwerkingsovereenkomsten met internationale partners in ons Erasmusnetwerk die zich bewezen hebben.
2. De strategische visie van ORM (zie figuur 1.1) en de strategische oriëntatie van de lectoraten is leidend bij het selecteren van internationale regio's.
3. Als ORM willen bij het realiseren van onze internationale ambities 'halen' en 'brengen'. We willen in lijn met de filosofie van betekenisvol ondernemen en maatschappelijke verplichting waarde toevoegen aan internationale communities waar ondersteuning nodig is. Aan de andere kant zijn we in lijn met de inhoudelijke strategische kennisagenda van de lectoraten en de uitstrooproprofilen binnen ORM gericht op kennisontwikkeling en kennisdeling door de samenwerking te zoeken met internationale partners waar (technologisch) innovaties plaatsvinden of waardevolle toegang tot (regionale) markten of netwerken in regio's mogelijk is.
4. We maken een actieve koppeling tussen onderwijs, onderzoek, kennisontwikkeling en kennisdeling bij onze internationale (hogeschool)partners. Dit draagt bij aan het realiseren van onze ambities als kennisinstelling. Studenten en docenten voeren toegepast onderzoek uit in een internationale context.
5. We hebben een voorkeur voor internationale partners in landen waar we als Nederland intensieve handelsrelaties mee onderhouden.
6. Onze internationale partners kennen een zekere spreiding over Europa en de wereld. De student moet dichtbij huis zijn internationale competenties kunnen ontwikkelen maar ook ver weg. De student willen wij de keuze bieden op welke internationale locatie hij zijn/haar internationale competenties wil ontwikkelen.
7. We spelen in op business vraagstukken in landen die zich economisch gunstig ontwikkelen.
8. Daar waar andere opleidingen binnen Saxion goede internationale netwerkcontacten hebben, haken we aan. De focus op technologische innovatie in onze strategische visie nodigt uit om in ons internationale relatiebeheer samen met technische opleidingen op te trekken.
9. We checken op welke continenten Saxion op strategisch niveau actief wil zijn en onderzoeken in hoeverre dit leidend is voor ons internationale relatienetwerk vanuit ORM.
10. Internationale contacten die zich de afgelopen jaren bewezen hebben en waar we op uitvoeringsniveau goed mee samenwerken worden in prioritaire volgorde gecontinueerd.
11. Internationale regio's die participeren in EU-kaderprogramma's (bijv. Interreg), RVO-voorkeurslanden of SIA-bestemmingen spelen een rol in de selectie van prioritaire regio's.
12. We willen de student een breed aanbod van partnerhogescholen aanbieden waar zij kunnen studeren om hun beoogde professionele ontwikkeling optimaal te kunnen faciliteren.

13. Op basis van bovengenoemde redenen willen we keuzen maken in welke internationale regio's we ons in sterke mate willen begeven en welke regio's minder prioriteit hebben. Jaarlijks wordt deze keuze geëvalueerd en waar nodig bijgesteld.
14. Een internationale partner kan aantrekkelijk zijn vanwege additionele benefits, zoals een goed netwerk.
15. Een randvoorwaarde voor een te selecteren internationale regio is veiligheid. Advies van Buitenlandse zaken is hierbij medebepalend.

Op basis van de strategische visie vanuit ORM, de strategische uitgangspunten t.a.v. internationalisering, de strategische thema's van de lectoraten en de inzichten uit de global rankings zijn internationale regio's geselecteerd. ORM richt haar activiteiten bij voorkeur op de volgende internationale regio's (tabel 3.1):

Tabel 3.1: Internationale regio's ORM

Geselecteerde internationale regio's	Relevantie	Voorbeelden strategische partners
NR Westfalen	Grensregio in het kader van INTERREG-programma's.	
Zuid- en Midden-Duitsland	Grootste exportpartner Nederland. Actief kennis- en innovatiebeleid. Tweederde van de R&D-uitgaven komt voor rekening van het bedrijfsleven, voornamelijk binnen autoindustrie, electronica en machinebouw, zwaartepunten in Zuid-Duitsland (Baden-Württemberg en Beieren). De High Tech Strategie en Excellenz-Strategie stimuleren innovatie en hoogwaardig onderzoek.	Zuid- en Midden-Duitsland, : FH Offenburg: https://www.hs-offenburg.de/en/about-offenburg-university/profile/ (technisch)
Londen en omgeving	Kansrijke sectoren zijn: Duurzame Energie, Milieu & Afvalverwerking, circulaire economie, Life Sciences & Health, Retail, retailinnovatie (e-commerce, m-commerce), online food market, Agri & Food, Start-ups & Tech. Het Verenigd Koninkrijk heeft de hoogste dichtheid van start-ups in de wereld, voornamelijk in Londen. Sterke kennisinfrastructuur in Londen.	Londen en omgeving, ? geen SCE partners. Wellicht Coventry University (Saxion partner FE en HBS)
Zuid-Scandinavië	Zweedse bedrijven investeren veel in Research & Development. Nauwe samenwerking tussen onderzoeksinstituten en private & publieke sector. Zweden is de meest innovatieve economie van de Europese Unie. Sterke focus op medicijnen (o.a. medical devices en microelectornics), bioscience, technology en klimaat.	Zuid-Scandinavië: Blekinge Institute of Technology, Karlskrona https://www.bth.se/eng/ (technisch en innovatief) Denemarken: https://www.cphbusiness.dk/english (zeer welwillende partner, zoeken samenwerking)
Enkele partners in Oost-Europa	Sterke groeiemarkten in Oost-Europa met hoge Nederlandse investeringen. In stedelijke gebieden R&D-kennisparken waar veel innovatie plaatsvindt.	Partners in Leszno (Polen), Cluj-Napoca en Tblisi (Georgië).
Zwitserland	Hoog aantal start-ups. Sectoren waarin de meeste start-ups actief zijn: ICT, Life Science, Consulting & Service, Engineering, Consumer Products. Kansrijke sectoren in het Zwitserse start-up ecosysteem zijn: FinTech, Life Science & Technology, Social Entrepreneurship en CleanTech & Energie. hoge ambities met de bouw van een nieuw nationaal innovatiepark.	Zwitserland, Haute Ecole d'Ingenierie et de Gestion, https://heig-vd.ch/a-propos/heig-vd/missions-vision-valeurs (klein.technisch, goed contact)
Enkele innovatieve regio's in de VS en Canada	VS is het meest innovatieve land ter wereld. Het land neemt 40% van de wereldwijde R&D-uitgaven voor zijn rekening en zet hoog in op innovatie binnen high-tech' producten, digitale communicatie, computertechnologie en farmacie.	Ferris State university, Michigan, http://ferris.edu/business/program/information-security/ Humber College, Toronto, https://humber.ca/
Zuid-Korea	Groeiende R&D activiteiten, diversificatie, innovatie en een sterke ontwikkeling van het technologische vermogen en profilering op high tech gebied, zoals nanotechnologie, semiconductors, megatronica, fotonica, smart city, chemistry, biotechnology en duurzame auto's.	In Seoul meerdere partners. Mogelijk Soongsil University http://eng.ssu.ac.kr/web/eng/intro_a_01 (heeft ook engineering, goed contact), of Konkuk University http://www.konkuk.ac.kr/eng/jsp/About/about_1_2.jsp (ook engineering, goed contact)

We continueren succesvolle samenwerkingsverbanden met internationale partnerhogescholen en ontwikkelen nieuwe netwerkcontacten in de geselecteerde internationale regio's.

4. Ontwikkeling internationale competenties in het curriculum van ORM

4.1 Internationale competenties

Werkgevers vragen steeds meer hoogopgeleide medewerkers met internationale vaardigheden. Dit vraagt dan ook inbedding van internationale competenties in het onderwijs van ORM en een internationale inkomende en uitgaande studentmobiliteit. Het internationaliseringsbeleid van ORM voorziet in het ontwikkelen van de internationale competenties van studenten. Concreet betekent dit dat de student¹:

- Over goed ontwikkelde schriftelijke en mondelinge Engelse taalvaardigheden beschikt om in een internationale business context in binnen en/of buitenland effectief te kunnen communiceren.
- Zich op een constructieve wijze kan verhouden tot internationale stakeholders en in internationale netwerken professioneel kan handelen.
- Internationale trends en ontwikkelingen herkent en kan vertalen in een kansrijk business model.
- Over interculturele sensitiviteit en een open houding beschikt om effectief te communiceren met internationale stakeholders.
- Op basis van (geverifieerde) relevante internationale informatiebronnen een analyse uit kan voeren van internationale markten en het marktpotentieel in kaart kan brengen.
- Kennis heeft van relevante internationale wet- en regelgeving en kan aangeven welke impact dit heeft op het internationaal zakendoen. Studenten beargumenteren wat de impact is van relevante culturele aspecten op de geformuleerde strategische exportkeuze.
- Kan benoemen wat de impact is van relevante internationale trends- en ontwikkelingen op de geformuleerde strategische exportkeuze.
- Exportrisico's kan identificeren bij het zakendoen in het buitenland.
- Een passende groei- en marketingstrategie kan formuleren bij het betreden van een buitenlandse markt.
- Invulling kan geven aan een exportmarketingmix om producten of diensten te positioneren op een buitenlandse markt.
- Een onderbouwde mening kan vormen over internationale maatschappelijke en (geo)politieke vraagstukken en de impact hiervan op het zakendoen in het buitenland.
- Uit de houding van de student een mondiale betrokkenheid blijkt en de vaardigheid toont om vanuit meerdere invalshoeken internationale thematieken kan beschouwen.
- Onder invloed van internationale ervaringen een persoonlijke groei en ontwikkeling doormaakt.

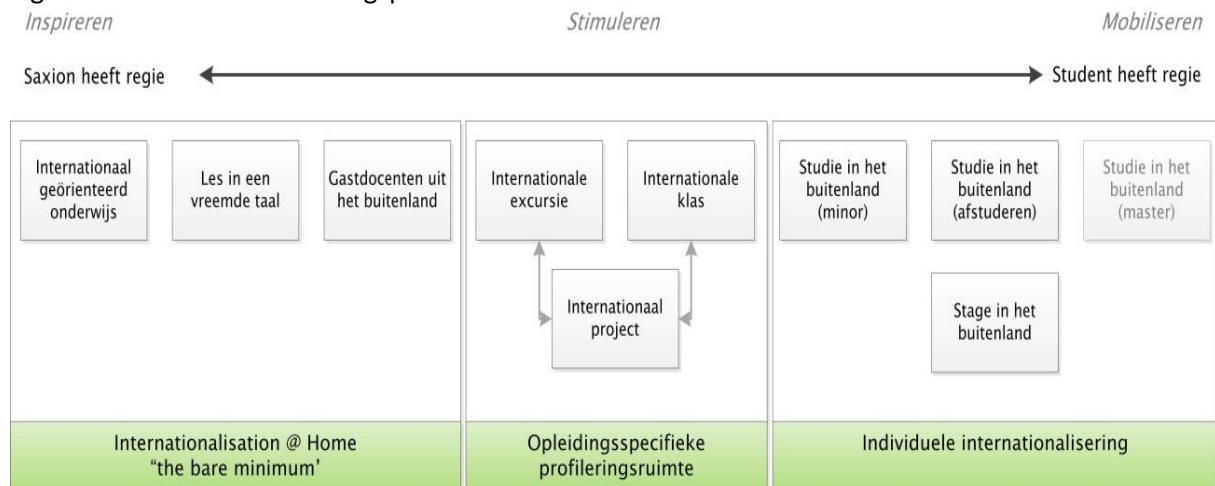
Het internationaliseringsbeleid formuleert de kaders waar binnen studenten hun internationale competenties kunnen ontwikkelen.

4.2 Bouwstenen internationaliseringsbeleid binnen ORM

Aan de hand van het internationaliseringsspectrum van Schermer (2010) zijn bouwstenen gedefinieerd die bijdragen aan een internationaal georiënteerd curriculum. De bouwstenen kunnen conform het internationaliseringsspectrum van Schermer (zie figuur 4.1) worden herleid tot drie categorieën: internationalisering at home, opleidingsspecifieke profileringsruimte en individuele internationalisering. Op de volgende pagina worden de ambities uiteengezet hoe invulling kan worden gegeven aan deze categorieën.

¹ Hierbij is onder andere gebruik gemaakt van de onderscheiden competenties in het ICOM-model, te weten taalvaardigheid, internationale betrokkenheid, persoonlijke groei en internationale vakkennis. Daarnaast zijn vakgerelateerde competenties geformuleerd.

Figuur 4.1: Internationaliseringspectrum



Categorie 1: Internationalisering at home

De basis van internationalisering binnen ORM ligt bij 'internationalization at home'. Dit is een verzamelterm voor internationale activiteiten die binnen de schoolmuren worden uitgevoerd. Hierbij kan worden gedacht aan gastlessen van bezoekende internationale docenten op Saxion, participatie van studenten in de internationale week en kortdurende projecten met buitenlandse studenten.

Categorie 1a: Internationaal georiënteerd onderwijs

Het onderwijsmateriaal in loops, de student company Multus en opdrachten worden verrijkt met internationale aspecten. Bijv. verschillen in leiderschap tussen landen of het vergelijken van managementculturen. Studenten lezen Engelstalige artikelen waarbij aandacht is voor een bepaald curriculumthema in een internationale context.

In kwartiel 4 in het tweede jaar is het centrale thema Global Business. Hierbij wordt ingegaan op de Evaluatie van een exportstrategie, markentreestategieën en voeren de studenten een internationale expeditie uit. Bij de loop Evaluatie Exportstrategie toetst de student middels een landselectiemodel wat voor een onderneming een gunstig doelland is om naar te exporteren.

Tijdens de loop Markentreestategie leert de student wat een effectieve markentreestategie is om een internationale markt in een doelland te betreden. De exportgerelateerde succes- en faalfactoren die geïdentificeerd zijn bij de evaluatie van de exportstrategie van de exporterende onderneming worden actief betrokken bij het uitwerken van de markentreestategie. De exporterende onderneming moet met de markentreestategie succesvol een buitenlandse markt kunnen betreden. De studenten werken tijdens de loops voor een exporterende ondernemingen die hun producten of diensten exporteren naar nieuwe internationale markten.

Categorie 1b: Les in een vreemde taal

Het is de ambitie dat studenten vanaf jaar 1 taalvaardigheidslessen in zakelijk Engels krijgen. Hierbij wordt ingezet op spreek- en luistervaardigheid, evenals schriftelijke communicatie, zoals buitenlandse literatuur lezen en zakelijke teksten schrijven.

Overlegpunt is of ORM-studenten zich ook (facultatief) de Duitse taal eigen dienen te maken gezien de nabije ligging van Duitsland en de omvang van de exportmarkt. Aansluiting kan worden gezocht bij andere opleidingen. Facultatief kunnen studenten andere relevante talen voor ondernemers volgen, zoals Frans of Chinees. Het is de ambitie om onderdelen in de opleiding die buitenlandse studenten aantrekken te doceren in het Engels, bijv. Business Modeling.

Categorie 1c: Gastdocenten buitenland

Internationalisering biedt kansen voor de professionele persoonlijke ontwikkeling van onze docenten en sluit aan bij de strategische ambitie van Saxion om de docentmobiliteit te vergroten. Met onze netwerkpartners maken wij afspraken dat voor een korte periode onze docenten projecten en/of colleges verzorgen bij partnerhogescholen. Onze netwerkpartners verzorgen op regelmatige basis gastcolleges bij ORM over opleidingsspecifieke thema's. Kennisdeling staat hierbij centraal. Ook wordt geïnvesteerd in technologieën als videoconferencing om gastdocenten op deze wijze het mogelijk te maken te doceren en overleggen met onze opleiding.

Categorie 2: Opleidingsspecifieke profileringsruimte

Categorie 2a: Internationale excursie

Alle tweedejaars studenten voeren een internationale expeditie uit. De student leert hierbij een internationale expeditie in een internationale context projectmatig op te zetten, uit te voeren en te evalueren. De internationale expeditie nodigt studenten uit om zich in een internationale context te oriënteren op thema's binnen Small Business & Retail Management, zoals start-ups, familiebedrijven, retail, export en innovatie & creativiteit. Ook biedt de internationale expeditie ruimte aan de deelname van een internationaal project. Tijdens de internationale expeditie werkt de student aan zijn competenties ten aanzien van projectmanagement en ontwikkelt hij cultuurbewustzijn t.a.v. het zakendoen in het buitenland.

Het is de ambitie om in het eerste jaar internationaliseringselementen in het programma van Multus op te nemen. Denk aan buitenlandse literatuur, een internationaal project en een clienschalig internationaal georiënteerd onderzoek. Daarnaast worden in jaar 1 en 2 enkele internationale excursies georganiseerd die gerelateerd zijn aan opleidingsthema's. De student wordt zich hierdoor bewust van de verschillen en overeenkomsten van het ondernemen in het buitenland.

Categorie 2b: Internationaal project

Het is onze ambitie om met onze partnerhogescholen regelmatig internationale weekprojecten te organiseren op het snijvlak van (technologische) innovatie, samenleving en ondernemen.

Categorie 2c: Internationale klas

Op dit moment biedt ORM geen kant en klaar internationaal programma aan voor bezoekende buitenlandse studenten. Gezien de relatief grote stroom aan uitgaande studenten naar de buitenlandse partnerscholen van Saxion is dit een urgent vraagstuk. Het ontbreken van een balans tussen inkomende en uitgaande studenten brengt een risico met zich mee voor het instandhouden van de relaties met deze buitenlandse partnerscholen. De ambitie bestaat om in het tweede jaar een Engelstalige internationale klas aan te bieden, bijv. rond het thema 'International Sustainable Entrepreneurship'. We nemen waar dat er in het buitenland de nodige belangstelling is voor sociaal en ecologisch ondernemen gericht op sociaal-ecologische business models. De doelgroep van een dergelijke internationale minor betreft buitenlandse en ORM-studenten. ORM studenten krijgen de mogelijkheid om samen te werken met studenten uit andere landen en hun Engelse taalvaardigheid te vergroten.

Categorie 3: Individuele internationalisering

Categorie 3a: Studie in het buitenland

Vanuit SCE en Saxion beschikken we over een internationaal netwerk met partnerhogescholen waar onze studenten kunnen studeren voor een semester. Onze marketingcommunicatie en accountmanagement is er op gericht om de aantallen studenten die studeren in het buitenland te vergroten.

Categorie 3b: Studie in het buitenland (afstuderen)

Door de nieuwe opzet van het curriculum in jaar 4 wordt geen direct afstudeeronderzoek meer door student uitgevoerd. We hebben echter de ambitie dat vierdejaars studenten in de nieuwe onderwijsopzet een korte periode in het buitenland doorbrengen om onderzoek uit te voeren. Bijv. een onderzoek naar het marktpotentieel in het land of de manier van zakendoen in het buitenland.

Categorie 3c: Stage in het buitenland

Binnen ORM is deze optie momenteel niet mogelijk.

In tabel 4.1 zijn bouwstenen gedefinieerd welke bouwstenen in het curriculum ingezet kunnen worden opdat de ORM-studenten hun internationale competenties kunnen ontwikkelen. In de bouwstenen is onderscheid gemaakt naar de mate waarin Saxion en de student de regie heeft t.a.v. de internationaliseringsactiviteiten. In tabel 4.1 tot en met 4.4 is een voorstel geformuleerd welke bouwstenen fasegewijs in het curriculum van ORM geïmplementeerd kunnen worden.

Tabel 4.1: Bouwstenen internationalisering ORM jaar 1

SCE heeft de regie	
<i>Internationale competenties zijn concreet benoemd in het curriculum.</i>	
1.	Algemene interculturele competenties in jaar 1 trainen in de leerlijn Persoonlijke Ontwikkeling.
2.	Internationale activiteiten, zoals internationale gastspreker (of via Skype), internationaal (georiënteerd) bedrijf bezoeken, lesmateriaal internationaal georiënteerd, 1 week
3.	Buitenlandse ORM-excursie. Relatie met interculturele vaardigheden/manier van zakendoen.
4.	Engelstalige artikelen en videoclips.
5.	Multus en internationalisering. Bijv. onderzoek hoe in het buitenland een onderneming wordt opgestart.
6.	Taal: Engels. Toepassing in werkstukken/toetsen.
7.	COIL-projecten (Collaborative Online International Learning): een gezamenlijk online internationaal project waarbij Nederlandse en internationale studenten samenwerken.
8.	Een internationaal project /excursie van een week.
9.	Gastdocenten nemen binnen het curriculum workshops/lezingen voor hun rekening. ORM-docenten geven les aan (applied) universities in het buitenland. Evt. via Skype-sessies.

Tabel 4.2: Bouwstenen internationalisering ORM jaar 2

SCE heeft de regie	
<i>Internationale competenties zijn concreet benoemd in het curriculum. Disciplinaire internationale competenties in jaar 2 trainen.</i>	
1.	Interculturele communicatie, internationale gespreksvaardigheden, cultuur.
2.	Deelname aan internationale week (en opdracht).
3.	COIL-projecten (Collaborative Online International Learning): een gezamenlijk online internationaal project waarbij Nederlandse en internationale studenten samenwerken.
4.	Een week op Internationale expeditie.
5.	Een internationaal project i.s.m. een partnerhogeschool en hun studenten (evt. koppeling met Internationale Expeditie) op snijvlak van technologie en (betekenisvol) ondernemen.
6.	Persoonlijke Ontwikkeling (zie Nuffic).
7.	Gastdocenten nemen workshops voor hun rekening. ORM-docenten geven les aan (applied) universities.
8.	Thema Global Business in curriculum: export, landenselectie, marktentreestategie, interculturele communicatie, internationale wet- en regelgeving, bedrijfsbezoeken aan opdrachtgevers met een exportambitie, internationale marktpotentie.
9.	Taal: Engels. Eventueel keuze. Duits: keuzevak. Samenwerking met IBS/HBS zoeken. Toepassing in werkstukken/toetsen.
SCE stimuleert	
Internationale klas/internationaal semester (ook open voor exchange semester van SCE). Kwartiel 3 en 4.	
Internationale klas in semester 4: Engelstalige internationale minor Sustainable Business & Global Business.	
Student heeft de regie	
Summer school	

Tabel 4.3: Bouwstenen internationalisering ORM jaar 3

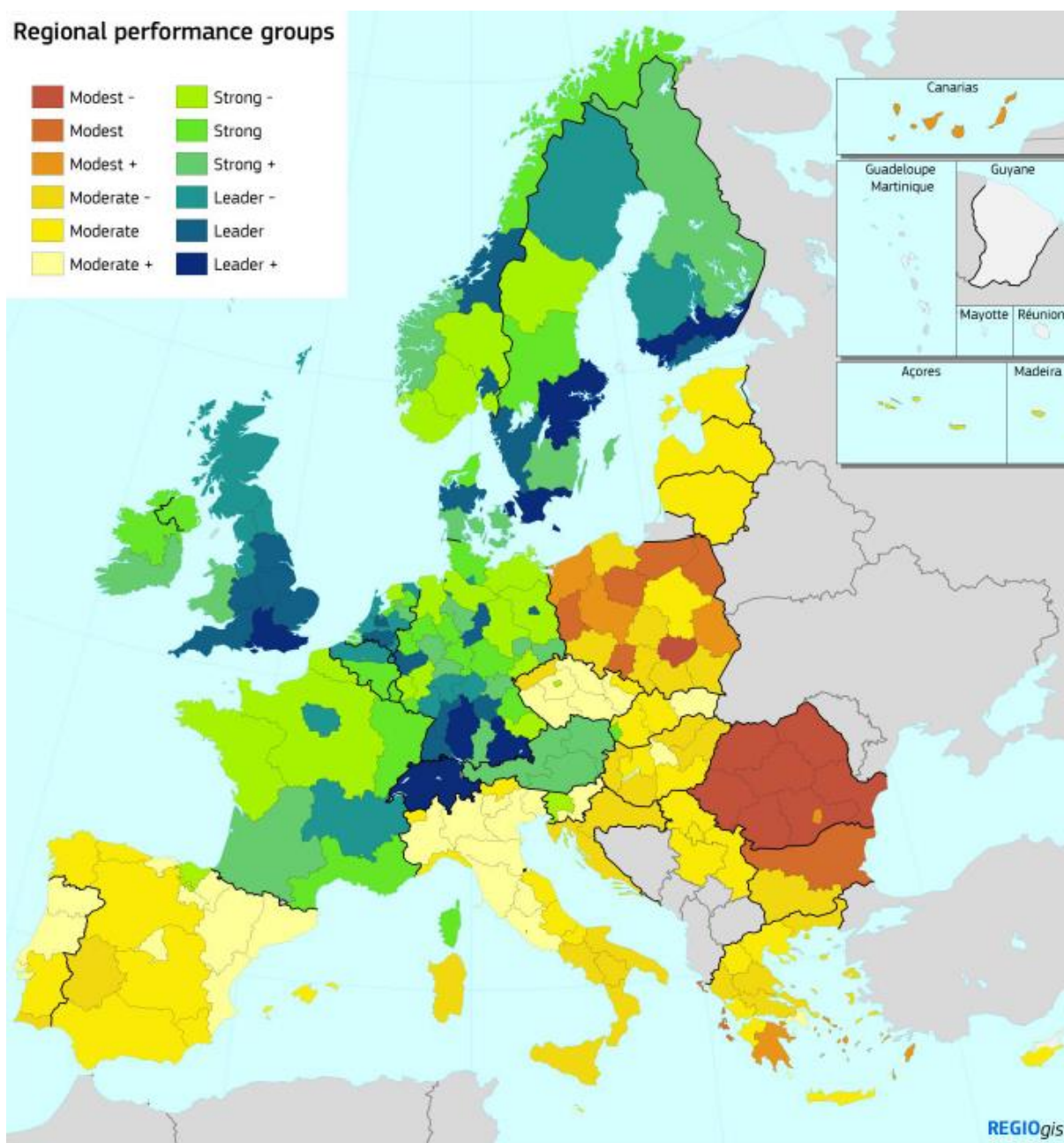
SCE heeft de regie	
<i>Internationale competenties zijn concreet benoemd in het curriculum.</i>	
1.	Internationale georiënteerde Smart Solutions projecten. Voertaal Engels.
2.	Minor (of stage als vrije minor bij een buitenlands bedrijf) aan buitenlandse partnerhogescholen. Elk najaar tijdige voorlichting over de mogelijkheden.
3.	Internationaal praktijkgericht onderzoek vanuit lectoraten (studenten en docenten) in een internationale context bij internationale bedrijven, (partner)hogescholen, kennisparken. Een internationale docent participeert actief in deze internationale klas.
SCE stimuleert	
Smart Solutions. Optie om dit in het buitenland te doen.	
Student heeft de regie	
1.	Minor buitenland: studie aan een buitenlandse partnerhogeschool.
2.	Stage en studie in het buitenland.
3.	Summer school

Tabel 4.4: Bouwstenen internationalisering ORM jaar 4

SCE heeft de regie	
<i>Internationale competenties zijn concreet benoemd in het curriculum.</i>	
1.	Internationale gastdocenten nemen workshops voor hun rekening.
2.	Internationaal praktijkgericht onderzoek vanuit lectoraten (studenten en docenten) in een internationale context bij internationale bedrijven, (partner)hogescholen, kennisparken.
SCE stimuleert	
Internationale klas/internationaal semester (ook open voor exchange semester van SCE).	
Student heeft de regie	
Afstudeeropdracht wordt in het buitenland uitgevoerd.	
Summer school.	

Bijlagen

Bijlage 1: Kaart prestaties Europese prestaties 2017



+

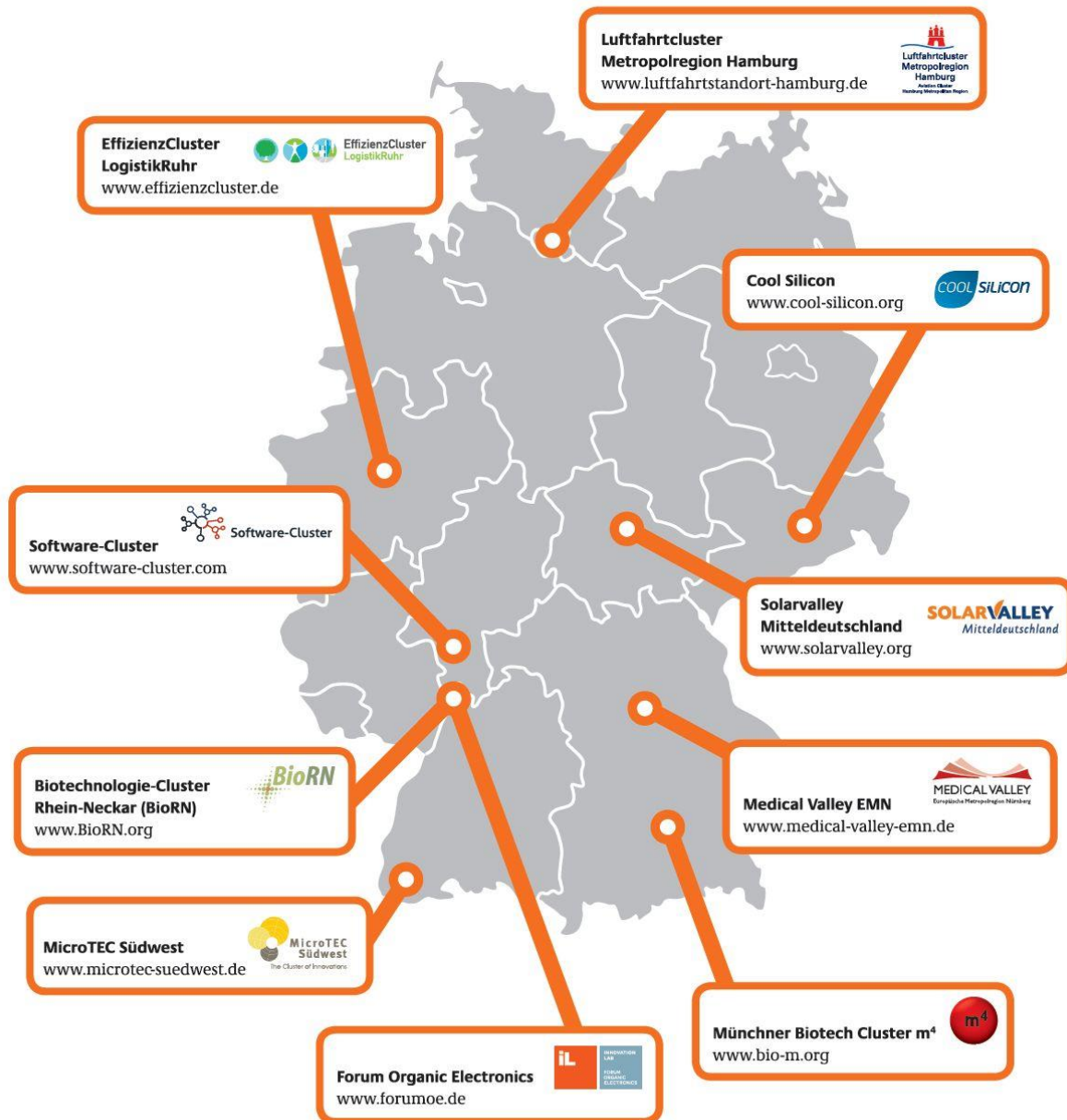
Bijlage 2: Top 25 Regional Innovation Leaders 2017

Table 8: Top-25 Regional Innovation Leaders

	2011 (RII 2011)	2013 (RII 2013)	2015 (RII 2015)	2017 (RII 2017)	RII 2017
1	Zürich (CH04)	Zürich (CH04)	Zürich (CH04)	Zürich (CH04)	178.3
2	Hovedstaden (DK01)	Hovedstaden (DK01)	Hovedstaden (DK01)	Nordwestschweiz (CH03)	166.4
3	Nordwestschweiz (CH03)	Stockholm (SE11)	Nordwestschweiz (CH03)	Stockholm (SE11)	165.1
4	Stockholm (SE11)	Nordwestschweiz (CH03)	Stockholm (SE11)	Hovedstaden (DK01)	155.0
5	Sydsverige (SE22)	Oberbayern (DE21)	Zentralschweiz (CH06)	Zentralschweiz (CH06)	154.9
6	Zentralschweiz (CH06)	Sydsverige (SE22)	Karlsruhe (DE12)	Ticino (CH07)	152.5
7	Östra Mellansverige (SE12)	Zentralschweiz (CH06)	Sydsverige (SE22)	Ostschweiz (CH05)	149.6
8	Karlsruhe (DE12)	Karlsruhe (DE12)	Région lémanique (CH01)	South East (UKJ)	148.2
9	Etela-Suomi (FI1C)	Östra Mellansverige (SE12)	Ticino (CH07)	Région lémanique (CH01)	147.9
10	Oberbayern (DE21)	Tübingen (DE14)	Oberbayern (DE21)	Östra Mellansverige (SE12)	146.3
11	Tübingen (DE14)	Etela-Suomi (FI1C)	Ostschweiz (CH05)	Espace Mittelland (CH02)	143.2
12	Région lémanique (CH01)	Stuttgart (DE11)	Västssverige (SE23)	Oberbayern (DE21)	143.0
13	Stuttgart (DE11)	Région lémanique (CH01)	Espace Mittelland (CH02)	Sydsverige (SE22)	141.9
14	Ostschweiz (CH05)	Västssverige (SE23)	Tübingen (DE14)	Tübingen (DE14)	141.8
15	Ticino (CH07)	Midtjylland (DK04)	Stuttgart (DE11)	London (UKI)	141.1
16	Västssverige (SE23)	Ticino (CH07)	Etela-Suomi (FI1C)	Trøndelag (NO06)	139.6
17	Espace Mittelland (CH02)	Ostschweiz (CH05)	Berlin (DE3)	Etela-Suomi (FI1C)	139.5
18	Freiburg (DE13)	Braunschweig (DE91)	London (UKI)	Stuttgart (DE11)	139.1
19	East of England (UKH)	Espace Mittelland (CH02)	South East (UKJ)	East of England (UKH)	139.1
20	South East (UKJ)	Berlin (DE30)	Östra Mellansverige (SE12)	Berlin (DE030)	139.0
21	Braunschweig (DE91)	Freiburg (DE13)	Midtjylland (DK04)	Karlsruhe (DE12)	138.8
22	Midtjylland (DK04)	Rheinhausen-Pfalz (DEB3)	Rheinhausen-Pfalz (DEB3)	Västssverige (SE23)	138.3
23	Mittelfranken (DE25)	South East (UKJ)	Braunschweig (DE91)	Utrecht (NL31)	136.6
24	Berlin (DE3)	Mittelfranken (DE25)	Utrecht (NL31)	East Midlands (UKF)	134.2
25	Rheinhausen-Pfalz (DEB3)	Darmstadt (DE71)	Övre Norrland (SE33)	Midtjylland (DK04)	133.3

Deutschlands Spitzencluster

Gewinner des Spitzencluster-Wettbewerbs des BMBF



Quelle: Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), 2010

