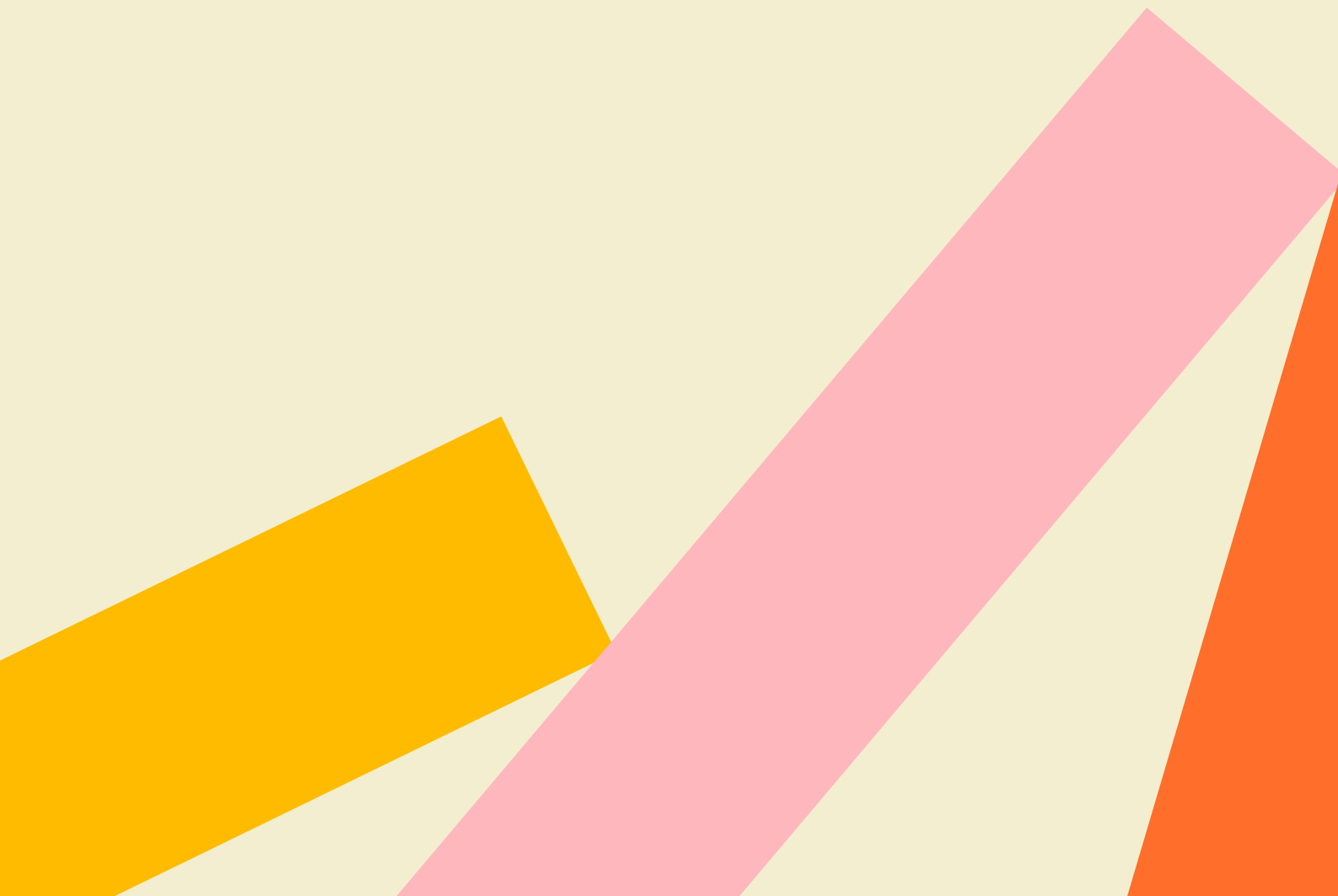


SAMEN VOOR HET NBO: HET NIEUWE *BEROEPSONDERWIJS.*

**De visie van Fronteer op de ontwikkeling
van Nieuw Beroepsonderwijs**



SAMEN ZETTEN WE HET NIEUWE BEROEPSONDERWIJS IN BEWEGING

MAAR HOE DAN?

Bent u een ambitieuze docent, programmamanager, directeur of bestuurder van een ROC of hbo-instelling? Dan is deze whitepaper voor u. Er moet post-Corona een gigantische berg werk verzet worden om het onderwijsbedrijf aan te passen aan de nieuwe realiteit. Dit vergt het vermogen om flexibel en snel op veranderingen in te kunnen spelen. In de drukte van operationele uitdagingen mogen de al langer gesignaleerde 'hot topics' echter niet uit het oog verloren raken: relevantie, flexibiliteit, LLO, praktijkgerichtheid en ambitie.

"RELEVANTIE, FLEXIBILITEIT, LLO, PRAKTIJKGERICHT EN AMBITIE"

Veel onderwijsinstellingen hebben zich middels visiedocumenten reeds uitgesproken voor actueel, innovatief onderwijs en meer samenwerking met het beroepsveld. Het individu moet centraal staan, en het liefst is het onderwijs modulair te kiezen en te programmeren. De realiteit is dat de 'Hoe dan?'-vraag moeilijker te beantwoorden blijkt dan het uitspreken van voornemens.

HOE DAN WEL?

Sinds de ontwikkeling van de Jean School in 2011 hebben wij ervaring opgedaan in 15 verschillende cases, verspreid over Nederland en in verschillende disciplines. In deze whitepaper delen wij onze visie, ervaringen en modellen met betrekking tot het co-creëren van het nbo; nieuw beroepsonderwijs. Kortom, waardevolle inzichten over het 'Hoe', 'Wat' en 'Waarom' van samenwerken, op het snijvlak van grote visie en praktische uitvoering.

Via onze website www.fronteer.com kunt u meer over de individuele cases leren en in contact komen met het betreffende onderwijsteam.

In deze whitepaper komen verschillende stappen en thema's aan bod die bijdragen aan het co-creëren en realiseren van nbo:

- Onze 'Why' & stellingname: Samen voor het nbo
- Het 5C model
- De roadmap
- Rollen & 'Educators-in-Residence'
- Wie is Fronteer?



INHOUDSOPGAVE

ONZE VISIE	4
DE 5 C'S	5
DE ROADMAP	7
DE NIEUWE ROLLEN	11
OP NAAR HET NBO	14
OVER FRONTEER	15



ONZE VISIE OP DE ONTWIKKELING VAN NIEUW BEROEPSONDERWIJS

De wereld (van werk) verandert en het beroepsonderwijs moet mee: actueel, aansprekend en verbindend. Beroepsonderwijs is essentieel, zowel voor maatschappelijke veerkracht als economische inclusiviteit.

”ACTUEEL, AANSPREKEND EN VERBINDEND BEROEPSONDERWIJS IS ESSENTIEEL, ZOWEL VOOR MAATSCHAPPELIJKE VEERKRACHT ALS ECONOMISCHE INCLUSIVITEIT”

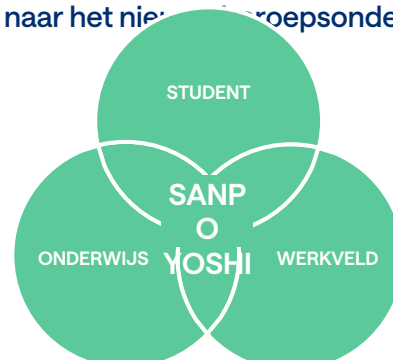
1. In de dagelijkse realiteit is er vaak veel afstand tussen de werelden van opleiding en werkveld. Onderwijsinstellingen kunnen dit niet alleen oplossen: het werkveld deelt de verantwoordelijkheid voor de ontwikkeling en uitvoering van steengoed beroepsonderwijs. Kortom, onderwijs moet de klas uit; de beroepspraktijk moet juist naar binnen.
2. De samenwerking tussen het onderwijs en het werkveld moet aansprekend worden gemaakt: laagdrempelig en overzichtelijk; hoogwaardig maar ook betaalbaar. Onderwijs en werkveld moeten beide profiteren: halen en brengen in balans.
3. Deze nieuwe realiteit vraagt een aantal nieuwe competenties van ROC's: snel inspelen op veranderingen in de beroepspraktijk, handelen 'buiten de eigen realiteit', het (ver)binden van bedrijven, alsmede het leren van deze samenwerkingen.

SANPO-YOSHI

Sanpo-yoshi is een handelsfilosofie van Japanse origine die pleit voor het realiseren van profijt voor niet alleen de koopman en de klant, maar ook de samenleving. Bij Fronteer gebruiken we deze filosofie om nieuw beroepsonderwijs vorm te geven waar de waarde voor alle partijen – studenten, het onderwijs en het werkveld – in balans is. Waar nu de focus vaak ligt op de onderwijsinstellingen en docenten, zorgen wij middels co-creatie dat de driehoek in balans blijft. Zo creëer je steengoed beroepsonderwijs. Inhoud is nog eens goed is.

”WAARDE VOOR STUDENT, ONDERWIJS EN WERKVELD IN BALANS”

Fronteer Education is opgericht om middels inspirerende modellen en energieke methodieken verbinding te leggen tussen onderwijs, student en bedrijfsleven. Een brug naar het nieuwe beroepsonderwijs.



DE 5 C'S VAN ONDERWIJSINNOVATIE

We weten allemaal: wie 'A' zegt, moet ook 'B' zeggen. Oftewel, wie iets in beleidsvisie opneemt, moet ook zorgen dat dit uitgevoerd wordt. Maar de fundamentele verschillen tussen de 'nbo' aanpak en de dominante praktijk van onderwijsinnovatie zit hem in de letter 'C'.

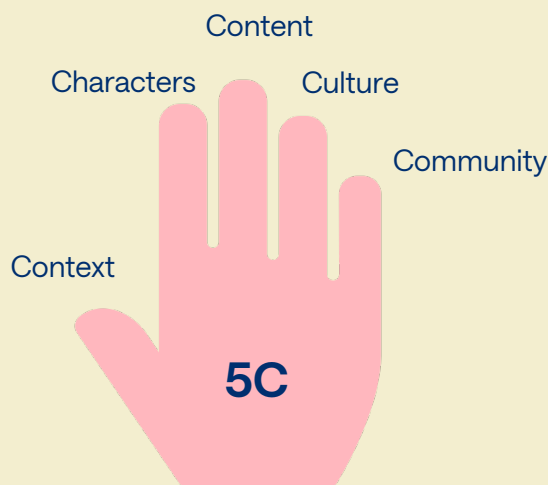
Bij veel traditionele innovatietrajecten staat de C van Crebo of Curriculum centraal. Een goed curriculum is heel belangrijk - zeker als deze boeiend en actueel is - maar bij ons is het startpunt de C van Character: Wij geloven dat onderwijs individuen moet ontwikkelen tot 'Characters' die stevig in de markt en maatschappij kunnen staan. Dit vergt dat de Content van het onderwijs goed inspeelt op de Context, Cultuur en Community waar de Character deel van uit zal maken. De focus ligt dus op het ontwikkelen van de Character, niet op Crebo.

" NIET CREBO, MAAR CHARACTER STAAT CENTRAAL "

Zonder goede praktijk cases is actueel onderwijs moeilijk realiseerbaar; de tweede 'C' staat voor aansprekende Content uit het werkveld: real life, lokaal, up-to-date. Tot zover geen grote verrassingen, op naar de andere 3 C's, waarin onderwijs en werkveld elkaar verder versterken.

CONTEXT

Onderwijs moet de klas uit en de praktijk in: leren doe je (ook) in de context van het beroep of de bedrijfstak waarvoor je wordt opgeleid. Een open deur, maar je hebt het te doen met de studenten die tijdens hun studie voornamelijk op school zitten.



CHARACTERS

Characters, mensen die stevig in de markt en maatschappij kunnen staan. Het curriculum dat een student volgt is het pad dat studenten bewandelen om zich op professioneel en persoonlijk vlak tot Characters te ontwikkelen. Een Character met veel kennis, kunde en persoonlijke vaardigheden zoals zelfvertrouwen en reflectievermogen.

CONTENT

Zonder goede praktijkcases is actueel onderwijs moeilijk realiseerbaar. Daarom staat de tweede 'C' voor aansprekende Content uit het werkveld: real life, lokaal, up-to-date.

DE 5'S C'S VAN ONDERWIJSINNOVATIE

CULTURE

Voor een succesvolle, zelfverzekerde start is het van groot belang dat de Culture van het werkveld wordt ervaren. Hoe gaan de mensen in een bepaald werkveld met elkaar om? Welke taal gebruiken ze? Hoe moet/mag je de baas aanspreken? Hoe laat moet je beginnen? Wat wordt er van iedereen individueel verwacht? Een eigenschap van cultuur is dat het zelden expliciet wordt uitgesproken. Deze krijg je voornamelijk mee in de interactie met (aanstaande) beroepsgenoten.

Uit een recente pilot van het New Tech Finance College (een samenwerking tussen ROC Flevoland, ROC van Amsterdam en financiële bedrijven zoals Igen, Rabobank, ABN Amro Clearing) bleek dit een van de meest waardevolle dimensies van de opgedane ervaring. Meer nog dan in stagecontext konden de studenten tijdens het 'hot topics'-blok - waarin zij enkele weken lang in een serie spreekbeurten en discussies over actuele onderwerpen werden betrokken - ervaren hoe beroepsbeoefenaars (ook meer senior collega's) met elkaar omgaan.

COMMUNITY

De laatste C is die van Community. We weten – als beroepsbeoefenaars, ondernemers of vakmensen – allemaal hoe belangrijk het is om een goed netwerk te hebben. Goed mbo biedt studenten kansen een goed netwerk op te bouwen, maar ook om 'deel te worden' van een werkveld. Dit kan praktisch door ze betrokken te laten zijn bij – of bij te laten dragen aan – belangrijke evenementen in de sector. Zo draaien studenten van de Jean School (opgericht door ROC van Amsterdam (ROCvA) in co-creatie met experts van o.a. G-Star, Levi's, KOI en Hilfiger jaarlijks mee met

de toonaangevende vakbeurs Kingpins, waar ze contacten opdoen (en stages hosselen) met de meest invloedrijke spelers in de branche. Community en connections geven de studenten de mogelijkheid zichzelf in te bedden in het werkveld voordat zij officieel van start gaan.

LEARNINGS

Na de succesvolle ontwikkeling van Jean School zijn wij in partnership met ROCvA betrokken geraakt bij de ontwikkeling van een serie trajecten in het kader van publiek-private samenwerkingen (PPS): onder andere de 'Houses' van Hospitality, Logistics, Events, Menswear Tailoring en New Beauty. De aanleiding van deze projecten was steeds zeer verschillend; de ene keer 'vroeg de branche' om iets nieuws, de andere keer was er sprake van een nieuwe directiestrategie, dan weer zag een onderwijsteam zelf een kans. We hadden samen met de betreffende directies en programma-teams al snel in de gaten dat we (a) van de verschillende processen wilden leren door het identificeren van best practices, en (b) behoefte hadden aan enige standaardisatie, des te meer omdat we ROCvA wilde trainen om zelf met vernieuwing aan de slag te gaan.. Anders gezegd: het is als onderwijsorganisatie niet verstandig om voor een kritiek proces afhankelijk te zijn van een externe partij.

Daarom hebben wij in een serie workshops, ervaringsdeskundigen uit diverse PPS trajecten bijeengebracht om learnings (zowel succes als falen) met elkaar te delen. De leerpunten uit deze discussie zijn gecombineerd met enkele inzichten uit de innovatietheorie vanuit Fronteer, om te komen tot een blauwdruk voor succesvolle aanpak van PPS co-creatie trajecten.

DE ROADMAP: CO-CREATIE IN ZES STAPPEN

De zogenaamde 'Roadmap' is gebaseerd op het 'Stage Gate' model - een in de management- en innovatietheorie zeer bekend en soms onderschat raamwerk, waarin het innovatieproces is opgedeeld in een aantal vastomlijnde, elkaar opvolgende fasen. Elke fase kent eigen prioriteiten, acties en – belangrijk – heldere rollen voor de belangrijkste stakeholdergroepen: docenten, organisatie, werkveldexperts en studenten.



1. IDEE
2. CONCEPT
3. SCHETSONTWERP
4. PROTOTYPE
5. DETAILONTWERP
6. IMPACT

FASE I

Van aanleiding naar helder afgebakend idee

Het is van groot belang om aanleiding, idee en ambitie expliciet te maken en – voordat je verder gaat – deze bij docenten, studenten én werkveld te toetsen. Dit kan bijvoorbeeld middels interviews, gesprekken of een presentatie. Een simpele idee-omschrijving volstaat om zeer nuttige en leerzame gesprekken te voeren. Wij gebruiken hiervoor de bovenstaande blauwdruk. Waarom doen we dit? Is er vraag naar deze opleiding vanuit het werkveld? Is het voor studenten aansprekend? Het is van grote waarde om in deze fase niet blind te staren op een eigen idee, hoe goed de intenties ook zijn.

Ook adviseren wij in deze fase om proactief en fysiek op bezoek te gaan in het desbetreffende werkveld. Immersie in de beoogde wereld leidt tot een beter begrip van prioriteiten en sterkere binding met beroepsbeoefenaars. Andere voordelen zijn

het opbouwen van zelfvertrouwen (“Wow, ze zijn super enthousiast over mbo!”) en het creëren van realiteitszin (“Ik dacht dat we dit allang deden maar...”).

FASE II

De doorontwikkeling van dit idee tot een aansprekend concept

In co-creatie met werkveld-experts wordt het idee doorontwikkeld tot een aansprekend concept, waarin concrete ideeën over context, positionering, unieke content en partnerships zijn toegevoegd. Soms wijkt het concept inhoudelijk niet in grote mate af van het oorspronkelijke idee, maar mandaat en momentum vanuit het bedrijfsleven (liefst van bekende bedrijven of professionals) is van groot belang voor het creëren van buy-in in latere fasen. Vaak worden in samenwerking met bedrijven en experts zeer bijzondere elementen toegevoegd, waardoor een idee op een bijna magische manier uit het leven komt.

**“EEN CONCEPT DAT STUDENTEN,
DOCENTEN EN HET WERKVELD
AANSPREEKT”**

Het doel van deze fase is het ontwikkelen van een document dat aansprekend is voor alle key stakeholders: onderwijsorganisaties en -collega's, studenten, fondsenverstrekkers en natuurlijk partnerbedrijven. Hoe is het nieuw? Waarom is het anders, bijzonder, belangrijk? Wie moeten betrokken worden en waarom zouden ze meedoen?

Wij zetten hiervoor altijd expert co-creatie in: met toonaangevende bedrijven en klinkende namen uit diverse perspectieven. Voor Jean School: o.a. G-Star, Levi's, Calvin Klein, KOI, Tommy Hilfiger.



Veel van onze onderwijsconcepten hebben een expliciet andere naam dan de meeste ROC's gewend zijn. Dit is een erfenis van de Jean School; vanwege de internationale verbindingen (en de wens om een beetje rock & roll te zijn) wilden we onszelf niet "ROC van Amsterdam, College Zuid, Medewerker Mode & Design Niveau 4 specialisatie Denim" noemen. Het was even wennen, maar inmiddels weten we dat we een naam moeten kiezen die het concept tot leven brengt, de doelgroepen aanspreekt en een onderscheidende aard uitspreekt. In sommige gevallen is dat belangrijker dan andere, maar in alle gevallen gelden de volgende vragen: voor wie doen we dit? Welke kennis, houding en gedrag zijn er nodig om dit te bewerkstelligen?

Een hippe naam is geen doel op zich, maar kan bijdragen aan het realiseren van de beoogde positionering. In veel gevallen is het nuttig gebleken om de scholen op te zetten in een zogenaamde 'third space': expliciet nieuw en zowel buiten school als buiten het bedrijfsleven, een gezamenlijk initiatief.

FASE III

De vertaling van concept naar schetsontwerp

In de Schetsontwerpfase wordt het Concept vertaald naar een eerste operationalisering. In samenwerking met werkveld-experts, docenten en studenten wordt het concept gevalideerd en doorvertaald naar een plan van aanpak. Er wordt gekozen voor een onderwijsvorm, alsmede een heldere prioritering en verdeling van onderwijsinhoud over een of meerdere leerjaren. Rol en input van werkveldpartners wordt in detail uitgewerkt. Ook worden een of meerdere modules ontworpen tot op het niveau van leerdoelen, activiteiten, en toetsing zodat dit in fase 4 gepilot kan worden.

FASE IV

Van schetsontwerp naar prototype

Door het idee uit te proberen in een pilot wordt veel geleerd over inhoud, vorm, proces, afhankelijkheden, samenwerking, middelen, locaties en rollen. Het proefdraaien van een nieuw concept is zeer leerzaam en motiverend maar in veel gevallen ook enorm uitdagend. Iets nieuws doen is zelden gemakkelijk of in een keer succesvol. Toch is het nuttig, nodig en de moeite waard. *After all, you can't make an omelet without breaking eggs.*

De pilotfase kan - afhankelijk van nut, noodzaak, middelen en mogelijkheden - een paar dagen of juist enkele maanden duren. De Jean School pilot duurde 12 weken, New Tech Finance College 10 weken; bij de O10 ECOM Academy is na een pilot van 1 week gekozen voor een proefperiode van 6 maanden. Aan het einde van de fase wordt bij alle stakeholders feedback verzameld. Tijdens de pilot kan tevens waardevol beeld- en onderzoek worden verzameld voor de ontwikkeling van nieuwe contenten.



FASE V

Detailontwerp: het maken van onderwijs

De volgende stap is het maken van het onderwijs. In recente projecten in Rotterdam (010 Ecom Academy, 010 Bar Academy van Zadkine) hebben we geleerd dat onze co-creatie methodieken ook bruikbaar zijn voor het snel ontwikkelen van onderwijs: onderwerp, materialen, middelen, lesvorm en examinering. Processen waar teams doorgaans een jaar over doen, zijn versneld tot enkele weken werk. Vanzelfsprekend passen alle nieuwe programma's netjes in kaders voor diplomering en accreditatie; crebo's en keuzedelen.

Vaak nemen we de vrijheid om slechts voor de eerste 6-9 maanden onderwijs te ontwikkelen voor aanvang van de opleiding. 'Tijdens de verbouwing blijft de winkel dan geopend'; al doende wordt steeds weer voor een half jaar vooruit een gedetailleerde invulling ontwikkeld van het curriculum dat tot dan op hoofdlijnen is ingevuld.

FASE VI

Impact: het invoeren en inbedden van Nieuw Beroeps Onderwijs in de praktijk

Nieuwe programma's hebben tijd en ruimte nodig om tot ontwikkeling te komen. Daarnaast hebben ze vaak een rol in het positioneren van colleges of een nieuwe visie (bijvoorbeeld op het gebied van innovatie of co-creatie met het werkveld). Daarom kiezen bestuurders er vaak voor om deze programma's tijdelijk extra speelruimte te geven door ze 'buiten de normale organisatie' neer te zetten.

Op enig moment moeten deze innovaties natuurlijk een duurzame plek in de bestaande structuur en processen krijgen. We hebben verschillende scenario's gezien: sommige ROC's kiezen ervoor om de innovaties zo snel mogelijk in het standaard systeem, rooster en

aanbod te integreren, in andere gevallen Nieuwe programma's hebben tijd en ruimte nodig om tot ontwikkeling te komen. Daarnaast spelen ze vaak een rol in de nieuwe positionering van een college, bijvoorbeeld op het gebied van innovatie of co-creatie met het werkveld. Daarom kiezen bestuurders er vaak voor om deze programma's tijdelijk extra speelruimte te geven door ze 'buiten de normale organisatie' neer te zetten.

Op enig moment moeten deze innovaties natuurlijk een duurzame plek in de bestaande structuur en processen krijgen. We hebben verschillende scenario's gezien. Sommige ROC's kiezen ervoor om de innovaties zo snel mogelijk in het standaardsysteem, rooster en aanbod te integreren, in andere gevallen wordt voor langere tijd een 'status aparte' gegeven. De mate waarin naast de inhoud ook de vorm van het onderwijs afwijkend en nieuw is, geeft in deze discussies vaak de doorslag.



DE 'GATES'

Het centrale idee van het Stage-Gate-model is dat je pas een volgende fase intreedt als bepaalde taken of deliverables zijn 'afgevinkt'. In de praktijk leidt dit in de Roadmap tot twee gevolgen:

1. Het werkveld moet vanaf stap I betrokken worden

Dus bijvoorbeeld niet vanuit een ROC het hele concept uitwerken en pas te elfder ure op zoek naar partners.

2. Je hoeft niet in fase I over governance, Crebo en onderwijsinspectie na te denken

Dit voorkomt het te vroeg signaleren van 'beren', denken in problemen en 'tijdens je eerste date al over de huwelijksvoorwaarden beginnen') dit wordt in fase III aangepakt.

Bovendien biedt de Roadmap een heel prettige structuur: per fase zijn heldere en haalbare deliverables benoemd en rollen expliciet gemaakt. Daardoor weten alle betrokkenen hoe succes er uitziet.

Per project kan ook bekeken worden welke methoden worden ingezet om de gestelde deliverables te bereiken. Naast budget en ervaringsniveau van het betreffende team zijn de complexiteit van het betreffende beroep (betreft het een vooralsnog onbekend beroep, zoals 'Denim Developer' of gaat het om een update van een bekend KD) en scope (gaat het om een specialisatie of praktijkblok dan wel een totaal nieuwe driejarige opleiding) aspecten om in de overweging mee te nemen.

Bij de recente ontwikkeling van de 010 Ecom Academy en de 010 Bar Academy aan Zadkine is in elke fase van de Roadmap met succes co-creatie ingezet. Interessant om te noemen is dat het Zadkine team vanaf fase IV zelf de leiding heeft overgenomen: ontwikkelaars, programma-managers en docenten zijn in de lead van een zeer 'lean' en energiek programma. Het was voor Fronteer als begeleider uiterst motiverend om te zien hoeveel energie het proces heeft opgeleverd, al was er in de eerdere fasen ook zeker gereede twijfel, aarzeling en scepsis. Beide opleidingen ontvingen binnen een jaar met "NIEUWE AANPAK, NIEUWE ROLLEN" voor was.

DE ROLLEN

In terugblikken op pilotprogramma's en de opstart van nieuwe opleidingen, merkten we op dat veel deelnemende docenten de eerste stappen als 'zwaar' omschreven. Bij nadere discussie bleek dat dit met name kwam doordat er veel 'nieuw' werk op hen afkwam; dat er een beroep werd gedaan op andere vaardigheden naast wat zij tot de kern van hun werkzaamheden beschouwden. Van deze docenten werd verwacht dat zij andere rollen aan zouden nemen.



ZES NIEUWE ROLLEN

Fronteer is enkele jaren geleden overgestapt op een nieuw organisatiemodel dat 'Holacracy' heet. Hierin staan niet 'functies', 'taken' en 'organisatie' centraal, maar 'doelen', 'rollen' en 'spanningen'. Voor deze whitepaper volstaat om te melden dat het bij 'rollen' gaat om een combinatie van taken, verantwoordelijkheden en perspectieven die teamleden los van hun vaste functie en voor bepaalde tijd op zich kunnen nemen (bijvoorbeeld op basis van interesse, kennis, ervaring of anderszins).

Tot nu toe hebben wij op basis van onze meest recente ervaringen zes kernrollen omschreven:

1. Educator (Kennisoverdrager)
2. Coach (Ontwikkelbegeleider)
3. Connector (Werkveldverbinder)
4. Designer (Onderwijsmaterialenmaker)
5. Producer (Hosselaar)
6. Problem Solver (ROC Fluisteraar)

1. EDUCATOR (KENNISOVERDRAGER)

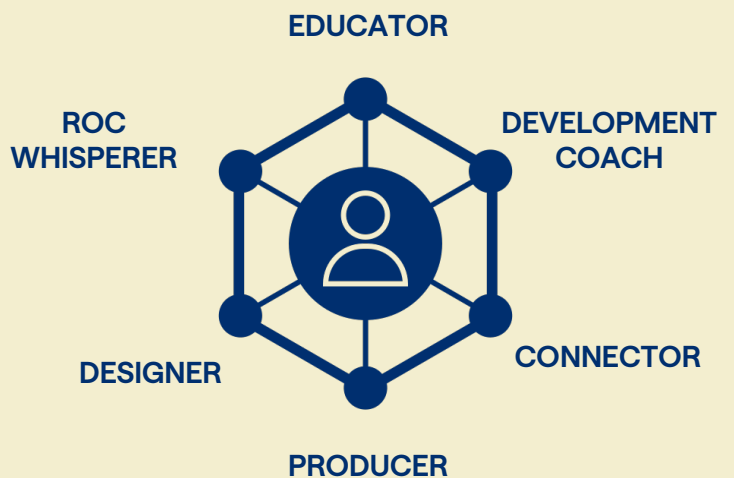
De kern van elk onderwijsteam wordt gevormd door professionals die kennis overdragen en leerervaringen organiseren. In het nbo wordt deze rol vervuld door twee zeer verschillende types. Enerzijds de docenten van de ROC's zelf, anderzijds door de 'Educators-in-Residence'. Dit is een team van 5 - 10 professional(s) werkzaam bij branche-partners die zich voor bepaalde tijd committeren aan een onderwijsteam. Bijvoorbeeld elk schooljaar voor 10 uur per jaar. Educators zorgen samen dat de meest actuele en aansprekende content toegankelijk wordt voor de student en het onderwijs. Ze dragen hiermee bij aan de verdere ontwikkeling van het adaptieve onderwijsaanbod. (Interne en externe) Educators worden bij co-

creatie-activiteiten betrokken voor het (her)ontwerpen van onderwijsmodules. Tijdens het aanbieden van de onderwijsmodules is de Educator-in-residence zichtbaar en toegankelijk voor studenten en het onderwijsteam. Hierbij kan hij/zij verschillende bijdragen leveren: fungeren als coach van de studenten en het onderwijsteam, kennis delen als (gast)spreker, expert, of dienen als peer bij formatief meten, en als (externe) Connector (zie rolbeschrijving 3). De Educator-in-

residence kan daarnaast met het onderwijsteam en studenten de aangeboden onderwijsmodule en content evalueren en middels co-creatie versterken.

DE EDUCATOR...

- is een bevoegde docent of professional uit de branche;
- is ambassadeur van het nbo;
- daagt het onderwijsteam uit;
- is verbindend;
- is toegankelijk;
- is flexibel;
- is beschikbaar.



2. COACH (ONTWIKKELBEGELEIDER)

De Coach begeleidt studenten in hun persoonlijke en professionele ontwikkeling. De Coach legt in de begeleiding van studenten de focus op het leer- en werkproces. De Coach is in staat om de ontwikkeling in het leer- en werkproces van de student zichtbaar te maken en met de student haalbare doelen en succescriteria te formuleren. De coach zorgt ervoor dat de student actief is en eigenaar blijft van de beoogde verandering. De Coach organiseert (peer) feedback en leert de student feedback te organiseren. Feedback is hierin geen beoordeling, maar een informatiestroom die de student uitdaagt na te denken en tot 'nieuw' handelen te komen.

DE COACH...

- begrijpt de beroepspraktijk/branchepartners;
- is ambassadeur van het nbo;
- is verbindend;
- kan luisteren;
- kan vragen stellen;
- kan analyseren;
- werkt progressiegericht.

3. CONNECTOR (WERKVELDVERBINDER)

De connector is de 'linking pin' tussen het onderwijs en de branche. De Connector is verantwoordelijk voor het vinden, binden en boeien van branchepartners. De aanpak van de connector is erop gericht het netwerk in de branche te versterken, nieuwe partners te binden en de zichtbaarheid van het nbo te vergroten. De Connector zorgt dat branche-partners duurzaam aan het nbo verbonden blijven. Dit doet de connector door een profielenlijst van partners op te stellen, onderzoek te doen naar partners, de juiste partners te selecteren, de partners uit te nodigen voor en voor te bereiden op co-creatie. De connector onderhoudt – formeel

en informeel – het partnernetwerk en zoekt actief naar nieuwe partners en zorgt voor wederzijdse communicatie tussen interne en externe Educators.

DE CONNECTOR...

- is zichtbaar voor de beroepspraktijk/branchepartners;
- is ambassadeur van het nbo;
- is creatief en proactief in verbinden;
- heeft brede interesse;
- kan onderzoeken;
- kan goed prioriteren;
- is een Storyteller;
- is een Relatiebouwer.

4. DESIGNER (ONDERWIJSMATERIALENMAKER)

De belangrijkste taak van de Designer is het ontwerpen van een hybride en adaptief onderwijsprogramma. Hiervoor is de Designer voortdurend op zoek naar actuele praktijkcontent – denk aan gastcolleges en bedrijfsbezoeken van partners – en inzichten uit de praktijkcontext om door te vertalen naar onderwijsmodules en -inhoud. Om dat te bewerkstelligen moet de Designer in verbinding staan met de branche. De Designer ontwerpt en organiseert cyclisch co-creatie met branche-partners gericht op onderwijsontwikkeling. Daarnaast organiseert de Designer co-learning om met het onderwijsteam, studenten en branchepartners onderwijsmodules en onderwijsinhoud te versterken. Hij of zij is niet verantwoordelijk voor het produceren van content (filmpjes, etc.) maar stuurt dit wel aan.

DE DESIGNER...

- spreekt de taal van de beroepspraktijk/branche-partners;
- is ambassadeur van het nbo;
- kan onderwijskundige kennis toepassen;
- kan Design Thinking toepassen;
- kan onderzoeken;
- weegt belangen af;
- werkt (cyclisch) en oplossingsgericht.

5. PRODUCER (HOSSELAAR)

De Producer organiseert en faciliteert het hybride en adaptieve onderwijs. In het nbo vindt het onderwijs veel buiten de kaders van schoolgebouwen en -roosters plaats. De producer plant en coördineert o.a. gastcolleges, bedrijfsbezoeken en webinars, maakt draaiboeken, informeert betrokkenen en stemt verwachtingen af. De Producer draagt hierbij zorg voor het aanvragen van offertes en budgetbewaking. De Producer organiseert tevens het leren van studenten bij of met branchepartners en stelt hier richtlijnen voor op. Hij of zij zorgt ervoor dat de (gast)docent goed begrijpt hoe en waarom het gastcollege of bedrijfsbezoek bijdraagt aan het onderwijsprogramma.

DE PRODUCER...

- staat in verbinding met de beroepspraktijk/branche partners;
- is ambassadeur van het nbo;
- werkt gestructureerd;
- managet processen;
- werkt vooruit;
- kan goed prioriteren;
- is gastvrij en charmant;
- kan samen met Connectors de bijdragers goed 'bedanken'.

6. DE PROBLEM SOLVER (ROC FLUISTERAAR)

De Problem Solver werkt nauw samen met de Designer en de Producer. De Problem Solver zorgt voor verbindingen en interactie met de onderwijsorganisatie. Hierbij richt de Problem Solver zich op de diensten (Onderwijs, Marketing & Communicatie, Facilitair, HRM en Financiën). Het doel hiervan is het effect van het innovatieve onderwijsconcept af te stemmen op de bestaande richtlijnen, systemen, organisatiebrede ontwikkelingen en onderwijslogistiek. De Problem Solver erkent hierin de verschillende belangen, brengt deze bij elkaar, zoekt constructief naar mogelijkheden en brengt advies uit. De Problem Solver is inspirerend en denkt buiten de gebaande paden. De Problem Solver staat eveneens in verbinding met externe stakeholders zoals het Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap (OCW) en de MBO Raad.

DE PROBLEM SOLVER...

- staat in verbinding met de eigen onderwijsorganisatie en externe stakeholders;
- is ambassadeur van het nbo;
- is 'blauw' en toch empathisch;
- werkt constructief en oplossingsgericht;
- is op de hoogte van actuele ontwikkelingen in het mbo-landschap;
- is een inspirerende Storyteller;
- geniet van het oplossen van (complexe) organisatorische uitdagingen.

OP NAAR HET NIEUWE BEROEPS ONDERWIJS

We hopen middels deze whitepaper een kijkje te hebben gegeven in onze inzichten m.b.t. onderwijsinnovatie. Naast onze stellingname, 5C's, Roadmap en Rollen zijn er natuurlijk nog diverse andere wederkerende thema's en modellen. Die komen in een volgende whitepaper aan bod. In de tussentijd staan we altijd open voor kennismaking en gesprek om samen te bouwen aan steengoed, actueel en aansprekend beroepsonderwijs - zowel initieel als in het kader van LLO. Van het ontwikkelen van teams en rollen, tot aan de concrete invulling van lessen, wij staan klaar om in co-creatie met partners vernieuwing in beweging te zetten.

Van het ontwikkelen van teams en rollen, tot aan de concrete invulling van lessen, wij staan klaar om in co-creatie met partners vernieuwing in beweging te zetten.

AMBITIEUS? BEL FRONTEER.

+316 260 248 50
info@fronteer.com

Mr. Treublaan 7, 1097 DP
Amsterdam, NL

OVER FRONTEER

In het dagelijks leven houdt Fronteer zich bezig met de ontwikkeling van nieuwe strategieën, innovaties, concepten en coalities voor grote organisaties, overheden en onderwijsinstellingen. Behalve voor een groeiend aantal ambitieuze ROC's werken we voor o.a. Rainforest Alliance, Heineken, Philips, Hema, KLM, Audi, Rabobank, Ministerie van I&W, Gemeente Amsterdam, Gemeente Rotterdam en diverse provincies.

ONS WERK IN HET ONDERWIJS

In 2020 besloten we om kennis, ervaring en modellen uit onderwijsprojecten onder te brengen in een aparte unit; zo werd Fronteer Education geboren. Op deze manier kunnen we de ervaring uit verschillende projecten beter benutten en sneller onze dienstverlening aanscherpen. Uit onze 30+ verschillende projecten is veel geleerd. Middels deze whitepaper willen we enkele belangrijke inzichten voor andere teams of initiatiefnemers toegankelijk maken. Voor meer informatie: www.fronteer.com

Omdat we al sinds onze oprichting in 2008 de nadrukkelijke wens hebben om onze talenten zo waardevol mogelijk in te zetten, houden we ons met name bezig met vraagstukken rondom de 'transitie'; verduurzaming, nieuwe verdienmodellen, maatschappelijk verantwoord ondernemen en coalities. We geloven namelijk dat bedrijven naast 'profit' ook voor 'progress' kunnen zorgen.

In de afgelopen 15 jaar hebben we ons gespecialiseerd in 'co-creatie'; middels diverse zelf ontwikkelde methodieken zetten we de kracht van samenwerking in om

coalities, strategieën en oplossingen te ontwikkelen met mandaat en momentum. De kunst is om de juiste experts en perspectieven bij dit proces te betrekken.

Naast het werk voor onze (betalende) klanten is Fronteer zeer actief betrokken bij een aantal maatschappelijke projecten zonder winstoogmerk en zijn we oprichters van twee ambitieuze eigen 'impact ventures'; NDSM Energie (een energie-coöperatie op de werf waar ons kantoor staat) en House of Denim, een initiatief om de wereldwijde jeansketen te verduurzamen.

Vanuit House of Denim ontstond in 2010 het idee om in Amsterdam een nieuwe opleiding op te starten rondom vakmanschap, duurzaamheid, innovatie en denim. Samen met het ROC van Amsterdam ontwikkelden we in co-creatie met toonaangevende jeansmerken de 'Jean School'. Deze wordt inmiddels door insiders tot de 100 beste modeopleidingen ter wereld gerekend. Ambitieuze, praktijkgericht, internationaal en - omdat het vak van 'Denim Developer' nog nergens anders werd gedoceerd - op basis van een curriculum dat specifiek voor Jean School met bedrijven ontwikkeld was. Het recept van ambitieuze co-creatie is vervolgens met succes op een breed palet aan mbo opleidingen toegepast: o.a. hospitality, sport & bewegen, handel, dienstverlening, logistiek, techniek, mode en uiterlijke verzorging.



SET GREAT THINGS IN *MOTION*

info@fronteer.com
Amsterdam

fronteer