

HBO-bachelor Commerciële Economie

**Veel plezier
met je gratis
studiegids**



1

Over de LOI

Welkom

Daarom kies je voor HBO bij LOI

Bij de LOI studeer je op een manier die past bij jouw leven. Je kiest voor flexibiliteit, kwaliteit en een opleiding die aansluit op jouw ambities.

- Flexibel studeren naast werk en privé
- Sterke focus op praktijk en toepasbaarheid
- Erkende diploma's en certificaten
- Begeleiding door ervaren professionals
- Ruime keuze in opleidingen en specialisaties

Wat levert een HBO-opleiding je op?

Met een HBO-opleiding vergroot je je kennis en vaardigheden op een hoger niveau. Je ontwikkelt je tot een professional die zelfstandig kan analyseren, adviseren en verbeteren.

Dit helpt je om door te groeien in je huidige functie of om een volgende stap te zetten in je carrière. Werkgevers waarderen deze ontwikkeling en zien een HBO-diploma als een sterk signaal van niveau en inzet.

Afhankelijk van de opleiding behaal je een erkend diploma of certificaat dat aansluit op de eisen van het werkveld.

Praktisch en flexibel studeren



Studeren vanuit het buitenland

Ook vanuit het buitenland kun je gewoon starten. Contact met docenten en medestudenten verloopt online. Houd er wel rekening mee dat de meeste examens in Nederland plaatsvinden (flexibele examens soms ook in Paramaribo en Willemstad). Fysieke contact- of praktijkdagen zijn in Nederland en kunnen verplicht zijn. De data zijn altijd ruim van tevoren bekend, zodat je hier goed rekening mee kunt houden.

Kijk voor meer informatie bij de [veelgestelde vragen](#).

Al diploma's op zak? Vaak is vrijstelling mogelijk

Heb je al diploma's op zak, bijvoorbeeld doordat je een kort programma van LOI hebt gevolgd? Of heb je al de nodige werkervaring in het vakgebied en kun je dit aantonen via een EVC-procedure? Dan is het in veel gevallen mogelijk om vrijstellingen aan te vragen en zo modules over te slaan. Je leest er alles over onder 'Studieduur en kosten'.

Altijd een HBO-opleiding die bij je past

De LOI biedt verschillende HBO-opleidingen. Zo kies je altijd een vorm die aansluit bij jouw niveau, ambitie en beschikbare tijd. Of je nu een volledig diploma wilt behalen of je juist wilt specialiseren.

Algemene informatie

Ben je ambitieus, commercieel ingesteld en wil je bijdragen aan het succes van organisaties? Dan is de HBO-bachelor Commerciële Economie precies wat je zoekt. In deze opleiding ontwikkel je jezelf tot commerciële professional die marktinzichten vertaalt naar strategie, actie en resultaat.

Je leert hoe je producten en diensten succesvol in de markt zet, hoe je klanten aantrekt en behoudt, en hoe je met data slimme commerciële beslissingen neemt. Onderwerpen zoals marketingcommunicatie, sales, digitale marketing, contentmarketing, marktonderzoek en strategische marketing komen uitgebreid aan bod.

In de hoofdfase kies je een specialisatie die past bij jouw ambities: Accountmanagement, Marketingmanagement, Retailmanagement of AI. Zo geef je jouw opleiding én je toekomst een duidelijke richting.

De opleiding is sterk praktijkgericht. Je werkt aan opdrachten die vaak aansluiten op je eigen werkomgeving, waardoor je de theorie meteen toepast en zichtbaar resultaat neerzet. Je wordt gedurende de opleiding ondersteund door docenten en professionals uit het vakgebied.

Je behaalt met deze opleiding een wettelijk erkend HBO-bachelorgetuigschrift.

Daarom kies je voor de cursus HBO-bachelor Commerciële Economie

- Directe koppeling met de praktijk.
- Inclusief alle benodigde vakliteratuur.
- Breed en volledig programma.
- Keuze uit vier specialisaties.

Studeer kosteloos met de SLIM scholingssubsidie

Voor deze opleiding kun je gebruikmaken van de [SLIM scholingssubsidie](#). Daarmee wordt studeren een stuk aantrekkelijker: je werkgever kan 40% tot 90% van de opleidingskosten vergoed krijgen én betaalt de resterende kosten. Daardoor kun jij de opleiding kosteloos volgen.

Doelgroep en toelating

Doelgroep en beroep

De HBO-bachelor Commerciële Economie is perfect voor iedereen die wil doorgroeien naar een commerciële functie op HBO-niveau. Of je nu net begint of al ervaring hebt in marketing, sales of retail: met deze opleiding ontwikkel je de kennis en vaardigheden om commerciële keuzes te maken die impact hebben. Je volgt deze opleiding via flexibel deeltijdonderwijs. Deeltijdopleidingen zijn bij uitstek geschikt voor volwassenen die een opleiding willen volgen naast een baan.

Arbeidsmarktperspectieven

Commercieel denken en handelen is in elk bedrijf en iedere branche onmisbaar. Je kunt terecht bij uiteenlopende organisaties, profit- of non-profitinstellingen, in de producten- of de dienstensector, de consumentenmarkt of business-to-business. Veel afgestudeerden vinden werk als accountmanager, brandmanager, productmanager, online marketeer of marketing manager.

Taken en verantwoordelijkheden

Hoe je takenpakket er precies uitziet, is uiteraard afhankelijk van je functie. Zo kun je je bijvoorbeeld bezighouden met het onderhouden en uitbouwen van relaties met klanten op de zakelijke of de consumentenmarkt, het bedenken en vernieuwen van producten, diensten en processen en met het vermarkten hiervan.

Toelating

Je kunt je direct inschrijven voor deze opleiding als je beschikt over een van de onderstaande diploma's of bewijzen:

- HAVO-diploma
- VWO-diploma
- MBO 4-diploma
- Propedeusegetuigschrift (HBO of WO)
- Diploma kort HBO-programma LOI Hogeschool
- Diploma Associate degree (Ad)
- Behaalde 21+-toets

Niet de juiste vooropleiding? Doe de HBO 21+ toets!

Met de HBO 21+ toets wordt gekeken of je het hbo-niveau aankunt. Je maakt een toets met meerkeuzevragen over taal, rekenen en logica. Daarna ontvang je een toelatingsadvies.

De toets maak je digitaal op meerdere locaties in Nederland (iedere werkdag) en je moet op de toetsdag minimaal 21 jaar zijn. De kosten zijn € 89,-, maar schrijf je je daarna in voor een hbo-bachelor of Associate degree bij LOI Hogeschool? Dan krijg je dit bedrag terug.

Extra tijd nodig?

Heb je dyslexie, dyscalculie of heb je om een andere reden extra tijd nodig? Dan kun je dit aanvragen bij het examenbureau. Mail je NAW-gegevens en een medische verklaring naar examenbureau@loi.nl. Na controle neemt het examenbureau contact met je op over de verdere afhandeling.

[Klik hier voor meer informatie en om je direct aan te melden](#)

Toelating met een kort HBO-programma

Ben je 21 jaar of ouder? Dan kun je ook tot een HBO-bacheloropleiding of Associate degree worden toegelaten op basis van een kort HBO-programma van LOI Hogeschool. Ieder kort HBO-programma geeft recht op toelating. Wel kunnen er aanvullende (wettelijke) toelatingsvoorwaarden van toepassing zijn.

We raden we je aan om te kiezen voor een kort HBO-programma dat modules omvat uit de bachelor of Associate

degree die je wilt volgen. Je behaalt dan niet alleen een waardevol diploma, maar kunt bij doorstroming vaak meteen vrijstelling aanvragen voor de inhoudelijk overeenkomende module(s).

Inhoud van de opleiding

Inhoud van de opleiding HBO-bachelor Commerciële Economie

De opleiding biedt een compleet, actueel en praktijkgericht programma waarmee je alle facetten van commerciële economie leert kennen én toepassen.

Je verdiept je in thema's als:

- Marketingcommunicatie: hoe je klanten bereikt en raakt
- Sales: van klantrelaties tot onderhandelen
- Marktonderzoek & big data: inzichten verzamelen en benutten
- Digital marketing: online strategie, social media, content en SEA/SEO
- Marketing intelligence: datagedreven besluiten nemen
- Strategische marketing: lange termijn groei realiseren
- Customer loyalty: klanten behouden en waarde vergroten
- Marketing accountability: aantonen wat je inspanningen opleveren

In de hoofdfase geef je jouw opleiding een duidelijke richting met één van de vier specialisaties. Je hebt keuze uit: Accountmanagement, Marketingmanagement, Retailmanagement of AI.

Tijdens de opleiding werk je aan praktijkopdrachten, vaak binnen je eigen organisatie. Zo bouw je direct aan relevante werkervaring en waardevolle resultaten.

In de afstudeerfase ontwikkel je je onderzoeksvaardigheden verder en werk je aan een praktijkgericht afstudeeronderzoek binnen een organisatie. Hiermee toon je aan dat je commerciële vraagstukken kunt analyseren, oplossen en onderbouwen op HBO-niveau.

Inclusief lesmateriaal

Alle benodigde vakliteratuur is inbegrepen bij het collegegeld. Je hoeft zelf geen boeken meer aan te schaffen.

Bij deze opleiding horen een aantal verplichte contactdagen. Tijdens deze dagen werk je gericht aan verdieping

van je kennis en versterking van je vaardigheden. Daarbij word je begeleid door een ervaren docent. De contactdagen zijn bovendien een mooie gelegenheid om je medestudenten te ontmoeten en ervaringen uit te wisselen!

De contactdagen vinden op locatie of online via virtual classrooms plaats. Aan het bijwonen van deze dagen zijn geen extra kosten verbonden.

Korting op software & hardware via Surfspot

Profiteer als LOI-student van exclusieve onderwijskorting via Surfspot. Ontvang tot wel 50% korting op software zoals Adobe Creative Cloud, Microsoft Office, SPSS en NordVPN, én voordeel op laptops, smartphones en gadgets. Ook vind je er e-learning, trainingen en gratis software voor je studie. Log eenvoudig in met je LOI-account en ontdek direct jouw aanbod.

Tijdens je studie krijg je toegang via de LOI Campus. Met je inloggegevens kun je eenvoudig inloggen op Surfspot en direct gebruikmaken van alle aanbiedingen.

Het studieprogramma

Het studieprogramma van de HBO-bachelor Commerciële Economie bestaat uit verschillende fasen. Bij deze opleiding kun je 240 EC behalen. Binnen de opleiding werk je op meerdere momenten aan praktijkintegratiemodules, waarin je de opgedane kennis combineert en toepast in een praktijksituatie. Bekijk de studieprogrammatabel voor meer informatie.

Bekijk de modules van de opleiding

- Module EC's
- Fase 1

In fase 1 leg je een brede basis. Je maakt kennis met het vakgebied en ontwikkelt de kennis en vaardigheden die je nodig hebt voor de rest van je opleiding.

- Marketing A1

Het vak marketing is zeer dynamisch door een economie die constant in beweging is. Door informatietechnologie (internet en social media), onlinemarketing en sterke concurrentie is er steeds meer sprake van klantgericht ondernemen. De doelstelling van deze module is het bieden van een brede basis in het vakgebied marketing.

Er wordt een brede inleiding in het vakgebied marketing gegeven, onderwerpen zijn:

- marketingconcept, marketingplanning en marketingstrategie
- marketingorganisatie
- macro- en meso-omgeving
- marktonderzoek
- marktsegmentatie
- marketinginstrumenten: product, prijs, plaats en promotie
- onlinemarketing.
- Inleiding sales <p>Je bent na deze module in staat om opgedane inzichten op het gebied van sales toe te passen in de verkoopomgeving en hierdoor meer waarde te creëren voor klanten en stakeholders. Sales is niet meer weg te denken uit onze samenleving. Verkopen is een activiteit die we al jaren toepassen. Het vakgebied verandert steeds meer, zeker met de snelle groei van het internet. Er zijn modellen, methoden en technieken ontwikkeld waarmee het vak verbeterd en geprofessionaliseerd is. Het verkopen vindt plaats vanuit een bepaalde omgeving, een bedrijf en klanten, vanuit bepaalde koopprocessen en gedragingen. In deze module maak je kennis met sales, koopprocessen en gedragingen, modellen, planningen en gesprekstechnieken.</p>
- Algemene beroepsoriëntatie

Deze module verkent het werkveld van de professional. Er is aandacht voor beroepscompetenties, beroepscode, persoonlijke profilering, projectmatig samenwerken en ethische en bedrijfskundige aspecten van organisaties.

- Management en organisatie

De doelstelling van deze module is het verwerven van basiskennis op het gebied van management en organisatie. Je krijgt met de module een overzicht van de kennis en vaardigheden om een adequate aansturing te geven aan mensen en werkprocessen.

- Oriëntatie bedrijfseconomie

Je hebt na de afronding van deze module inzicht in de basisbegrippen uit de bedrijfseconomie. Je bent na afronding in staat onderscheid te maken in verschillende soorten kosten en het opstellen van de balans en resultatenrekening van een organisatie. Je kunt kostprijzen opstellen en je hebt kennis van de financiering van een organisatie.

- Praktijkintegratie Oriëntatie marketing en sales

De opdracht in deze praktijkintegratiemodule is gericht op het schrijven van een rapportage over de actuele operationeel/tactisch marketing- en salesactiviteiten van een organisatie. Met behulp van de gestructureerde aanpak op basis van desk research leg je een relatie met de ontwikkelingen in de externe omgeving.

Je werkt de opdracht bij voorkeur uit in een concrete praktijksituatie, waarbij hij specifiek werkt aan de volgende competenties:

- beroepscompetenties: onderzoek uitvoeren (LC2)
- algemene competenties: kennis en inzicht, toepassen kennis en inzicht
- onderzoeksvaardigheden: planmatige aanpak hanteren, informatie zoeken, standaardmethoden kiezen en toepassen, rapportage schrijven.

Hiermee sluit de PIM aan bij programmaleeruitkomst 1:

Je toont te beschikken over onderbouwde kennis van de belangrijkste onderwerpen die met marketing te

maken hebben, zoals het marketingmixbeleid, waaronder productbeleid en sales, macro-, meso- en microaspecten, en de marketingorganisatie, om zich te oriënteren op het beroep van marketeer.

Deze module bevat twee verplichte opdrachten. Er hoeft echter maar één van de twee opdrachten gemaakt te worden om de module af te ronden:

- je brengt een beroepsopdracht in en na goedkeuring zend je deze nogmaals in als praktijkopdracht Definitief.
- je doorloopt alle stappen van de praktijkopdracht, dus van het plan van aanpak tot en met de definitieve versie.
- Effectief communiceren

Deze module gaat in op mondelinge en schriftelijke communicatie binnen een interculturele context. Er is aandacht voor correct formuleren, tekstbegrip, samenvatten en het effectief overbrengen van informatie.

- Marketingcommunicatie

De module fungeert als inleiding voor personen en professionals die kennis willen maken met de basisprincipes van marketingcommunicatie. Personen die de module marketingcommunicatie hebben behaald werken vaak in de operationele uitvoering en begeleiden de marketingcommunicatie-activiteiten van een bedrijf.

De module sluit aan op programmaleeruitkomst 2: Je communiceert op basis van communicatiemodellen effectief met interne en externe doelgroepen, zoals marketing doelgroepen en andere doelgroepen die invloed hebben op het beleid van de organisatie. Je onderzoekt de effectiviteit van voornamelijk de externe communicatie van de organisatie.

- Business English

Na het afronden van de module en het behalen van het externe examen ben je in staat om te communiceren op ERK-niveau B2 in een zakelijke context. De kosten van dit examen zijn voor eigen rekening.

- Inleiding onderzoek doen

Leer de basis van praktijkgericht onderzoek in het hbo. De module behandelt onderzoekend vermogen, het gebruiken van bestaande kennis, zelf onderzoek doen en kritisch reflecteren op onderzoeksresultaten.

- Praktijkintegratie Marketingcommunicatie

De PIM wordt aangeboden als onderdeel van de werkplek leerweg, naast de stage en het afstuderen. De opdracht resulteert in een (beroeps)product, dat tot stand is gekomen in een praktische context. De integratie tussen theorie en praktijk die hierbij plaatsvindt hangt samen met vaardigheden die de beginnend professional op het vakgebied moet beheersen.

- Kan de profesional kennis en vaardigheden geïntegreerd toepassen teneinde een bepaald (beroeps)product of -handeling te realiseren;
- Ben je je bewust van de relatie tussen context, beroepsproduct/-handeling, het proces om tot dit resultaat te komen en de daarbij vereiste kennis en vaardigheden?

De module sluit aan op programmaleeruitkomst 2:

Je communiceert op basis van communicatiemodellen effectief met interne en externe doelgroepen, zoals marketing doelgroepen en andere doelgroepen die invloed hebben op het beleid van de organisatie. Je onderzoekt de effectiviteit van voornamelijk de externe communicatie van de organisatie.

Deze module bevat twee verplichte opdrachten. Er hoeft echter maar één van de twee opdrachten gemaakt te worden om de module af te ronden:

- je brengt een beroepsopdracht in en na goedkeuring zend je deze nogmaals in als praktijkopdracht Definitief.
- je doorloopt alle stappen van de praktijkopdracht, dus van het plan van aanpak tot en met de definitieve versie.
- Fase 2

In fase 2 verdiep en verbreed je je kennis. Je gaat verder met de belangrijkste onderwerpen binnen je vakgebied en past wat je leert steeds meer toe in de praktijk.

- Marketing A2 - Verdieping

Deze verdiepende module op de marketing is gericht op het toepassen van kennis en inzicht met betrekking tot algemene marketinggrondslagen en -principes, marketinginstrumenten en marketingomgevingen, alsmede de relatie daartussen. Voorts mag worden verwacht dat de kandidaat toepassingsvaardigheden bezit op beleidsvoorbereidend en uitvoerend niveau.

Na het volgen van deze module beschik je over kennis en vaardigheden om op ondersteunend niveau een bijdrage te leveren aan het marketingbeleid van een organisatie.

- Online marketing basics

Na afloop van deze module kun je op basis van een casus een tactisch plan maken met passende uitingen voor de online marketingmix rekening houdende met de gestelde doelen, doelgroep en de plaats van de uiting in de customer journey, en kies je de meetwaarden ten behoeve van de effectiviteit van deze uitingen.

- Marktonderzoek en big data

Het hoofddoel van de module is dat de commercieel professional na het bestuderen van deze module in staat is om aan de hand van (grote hoeveelheden) data (zoals data mining) een relevant marktonderzoek uit te voeren, te analyseren en te rapporteren.

- Customer insight en personalisatie

Het hoofddoel van de module is dat je de mogelijkheden en middelen leert kennen om inzicht te verkrijgen in de factoren die invloed hebben op het consumentengedrag, op basis hiervan verschillende scenario's te formuleren en deze te vertalen naar de inzet van marketinginstrumenten in de verschillende fasen van het consumentenbeslissingsproces.

- Contentmarketing

Bij contentmarketing publiceert een organisatie waardevolle en relevante content (letterlijk: 'inhoud') die relevant kan zijn voor het publiek om zo dit publiek te interesseren. Dat klinkt eenvoudig, maar in praktijk valt het nog niet mee. Want wat vindt het publiek dan precies interessant en hoe zorg je ervoor dat het publiek dit in je content ziet?

Inzicht in je doelgroep, een zekere mate van creativiteit en een goed begrip van verschillende kanalen en contentmogelijkheden zijn onmisbaar als je contentmarketing succesvol wilt inzetten. Dat is dan ook precies wat je in deze module gaat leren: van een analyse van de doelgroep tot en met de uiteindelijke productie en

distributie van content.

Het hoofddoel van deze module is dat je content effectief leert in te zetten als onderdeel van de onlinemarketingmix

- Praktijkintegratie Marketing intelligence

In een praktijkintegratie module pas je theorie in een praktische context toe. je werkt aan het verder ontwikkelen van algemene competenties en van specifieke beroepscompetenties. Daarbij pas je ook een aantal onderzoeksvaardigheden toe.

De opdracht in deze PIM is gericht op het opstellen van een strategisch marketing intelligence plan.

Deze module bevat twee verplichte opdrachten. Er hoeft echter maar één van de twee opdrachten gemaakt te worden om de module af te ronden:

- je brengt een beroepsopdracht in en na goedkeuring zend je deze nogmaals in als praktijkopdracht Definitief.
- je doorloopt alle stappen van de praktijkopdracht, dus van het plan van aanpak tot en met de definitieve versie.

- Strategische marketing

Het hoofddoel van de module is dat je over kennis en kunde beschikt om een operationeel marketingplan op te kunnen stellen voor een product, dienst of een non-profitorganisatie, daarbij gebruikmakend van de relevante theorieën.

- Waardepropositie ontwerp

Het hoofddoel van de module is dat je over kennis en kunde beschikt om producten en diensten te kunnen ontwikkelen die waarde toevoegen voor klant en onderneming, gebruikmakend van relevante theorieën en onderzoeksmethodieken.

- Customer loyalty engagement

Het hoofddoel van de module is dat de marketingprofessional de mogelijkheden en middelen leert kennen om een customer loyalty engagement-strategie toe te passen in een organisatie.

- Omnichannel marketing

Het hoofddoel van de module is dat je op basis van de marketingdoelstellingen en een interne en externe analyse een concept en stappenplan voor een Omnichannel strategie ontwikkelt.

- Identiteit en imago

In deze module leer je de identiteit en het imago van een organisatie analyseren en deze strategisch en tactisch beïnvloeden met de inzet van modellen en technieken.

- Praktijkintegratie Customer value marketing

In een praktijkintegratie module pas je theorie in een praktische context toe. je werkt aan het verder ontwikkelen van algemene competenties en van specifieke beroepscompetenties. Daarbij pas je ook een aantal onderzoeksvaardigheden toe.

De opdracht in deze PIM is gericht op het creëren van klantwaarde voor een organisatie of een organisatie

onderdeel.

Deze module bevat twee verplichte opdrachten. Er hoeft echter maar één van de twee opdrachten gemaakt te worden om de module af te ronden:

- je brengt een beroepsopdracht in en na goedkeuring zend je deze nogmaals in als praktijkopdracht Definitief.
- je doorloopt alle stappen van de praktijkopdracht, dus van het plan van aanpak tot en met de definitieve versie.
- Fase 3

In fase 3 bouw je verder aan je professionele kennis en vaardigheden. Afhankelijk van je opleiding kies je een specialisatie die past bij jouw interesses en ambities.

- Trends in marketing

Deze module is geschikt voor mensen die een marketingfunctie hebben of ambiëren, en vanuit die rol willen leren hoe de inzet van de marketinginstrumenten afgestemd kan worden op nieuwe trends en ontwikkelingen.

Je ontwikkelt een visie op trends door onderzoek te doen naar zowel marketingtrends als trends in consumentengedrag, en deze te analyseren. Met deze visie bepaal je of het nodig is om één of meerdere marketingmixinstrumenten van de eigen (of gekozen) organisatie aan te passen en zet je waar nodig veranderingen in de marketingmix in gang.

- E-commerce

Het hoofddoel van de module is dat je op basis van een situatieanalyse een online sales-plan kan ontwikkelen zodat een organisatie aan de hand van dit plan een succesvolle webshop kan starten.

- Projectmanagement

Het hoofddoel van de module is je de competenties te geven een project met een realistische mate van organisatorische complexiteit, adequaat te plannen en te organiseren als fundament voor een adequate uitvoering en management van dit project.

- Adviesvaardigheden

In de module adviesvaardigheden krijg je kennis en inzicht in een omvangrijk aantal aspecten die te maken hebben met het uitbrengen van een professioneel advies. Je leert welke stappen er in het adviestraject naar voren komen: bepalen van behoeften en doen van vooronderzoek tot het implementeren van het advies en het afsluiten en evalueren van het adviestraject met de opdrachtgever. Je leert wat de taken zijn van zowel een externe en interne adviseur en welke ethische aspecten er bij het werk van een adviseur belangrijk zijn.

- Marketing analytics and accountability

Het hoofddoel van de module is overdragen van kennis op het gebied van marketing accountability: het verantwoorden van marketinguitgaven, die conform de bijbehorende businesscase in relatie staan tot de opbrengsten van marketingactiviteiten. Naast de kwantitatieve verantwoording door middel van de businesscase wordt aandacht besteed aan kwalitatieve opbrengsten van de marketingactie. Daarnaast een analyse van de resultaten van marketinginspanningen die zijn uitgevoerd, de beoordeling ervan in relatie tot

de businesscase en voorstellen voor optimalisatie.

- Praktijkintegratie Schrijven advies en projectplan

In deze module leer je aan de hand van onderzoek een advies en projectplan op te stellen voor een onderwerp naar keuze: innovatiemanagement, verandermanagement (inclusief de bijbehorende invloed op leidinggevenden en hr) of een marketingtraject.

Deze module bevat twee verplichte opdrachten. Er hoeft echter maar één van de twee opdrachten gemaakt te worden om de module af te ronden:

- je brengt een beroepsopdracht in en na goedkeuring zend je deze nogmaals in als praktijkopdracht Definitief.
 - je doorloopt alle stappen van de praktijkopdracht, dus van het plan van aanpak tot en met de definitieve versie.
- Fase 3 – Accountmanagement
- Accountmanagement en relatiebeheer

Het hoofddoel van de module is dat je na afronding van de module kennis heeft van de basisbegrippen in account- en relatiemanagement en zelfstandig commerciële analyses kan uitvoeren (SWOT, DMU, CRM). Daarnaast is je in staat een klantgerichte waardepropositie te presenteren en een verkoopgesprek op te stellen en uit te voeren door middel van een presentatie voor een specifieke account en/of prospect.

- Brand design & management

Het hoofddoel van de module is het aanbrengen van basiskennis en conceptuele vaardigheden op het gebied van branding zodat je een beleid kan ontwikkelen voor brandontwikkeling dan wel brandstretching. Je verwerft conceptuele vaardigheden ten aanzien van het ontwikkel- en ontwerpproces van merken aan de hand van drie gangbare modellen: MerkWijzer, Brand Basics-model en Customer Brand Journey-model. Daarmee is je in staat merken te analyseren, te relateren aan het gevoerde merkbeleid en voorstellen te doen om wijzigingen in de branding van een merk aan te brengen. Hij kan hierdoor optreden als gesprekspartner voor merkverantwoordelijken in organisaties.

- Salesmanagement

Het hoofddoel van de module is dat de professional oefent met het uitvoeren van (markt)onderzoek en -analyse en daaraan conclusies verbindt ten behoeve van het schrijven van een strategisch en operationeel verkoopplan, waarin waardebeoordeling en -creatie voor de klant en het doelgericht presenteren van operationele doelstellingen en planning centraal staan.

- Internationaal zakendoen

Deze module is erop gericht om je in staat te stellen om, op basis van onderzoek, een advies uit te brengen voor een organisatie die internationaal onderneemt, dat gericht is op het optimaliseren van de communicatie en de samenwerking met zakelijke relaties uit andere landen en culturen.

- Business marketing

Het hoofddoel van de module is dat je na afronding van de module kennis heeft van de basisbegrippen in Business marketing en zelfstandig commerciële analyses kan uitvoeren (SWOT, DMU, CRM) met als doel het opstellen van een strategisch en operationeel marketingplan voor specifieke B2B markt(segment)en en product/marktcombinaties.

- Praktijkintegratie Specialisatie accountmanagement

In deze praktijk- en integratiemodule gaat u alle kennis en vaardigheden die u heeft opgedaan op de vakgebieden account- en relatiebeheer, Brand management, sales management, internationaal ondernemen en business marketing aan de hand van een onderzoeksopdracht toepassen op een praktijksituatie.

- **Praktijkintegratie Accountmanagement**

Het hoofddoel van de module is dat de een medewerker of adviseur in de financiële dienstverlening informatie kan verzamelen over toepasselijke wettelijke regelingen, het toetsen of een natuurlijk persoon voldoet aan de voorwaarden van de wettelijke bepaling en een passend advies kan geven aan de klant inzake de fiscale mogelijkheden

Deze module bevat twee verplichte opdrachten. Er hoeft echter maar één van de twee opdrachten gemaakt te worden om de module af te ronden:

- U brengt een beroepsopdracht in en na goedkeuring zendt u deze nogmaals in als Praktijkopdracht Definitief.
- U doorloopt alle stappen van de praktijkopdracht, dus van het plan van aanpak tot en met de definitieve versie.

- **Fase 3 – Marketingmanagement**
- **Brand design & management**

Het hoofddoel van de module is het aanbrengen van basiskennis en conceptuele vaardigheden op het gebied van branding zodat je een beleid kan ontwikkelen voor brandontwikkeling dan wel brandstretching. Je verwerft conceptuele vaardigheden ten aanzien van het ontwikkel- en ontwerpproces van merken aan de hand van drie gangbare modellen: MerkWijzer, Brand Basics-model en Customer Brand Journey-model. Daarmee is je in staat merken te analyseren, te relateren aan het gevoerde merkbeleid en voorstellen te doen om wijzigingen in de branding van een merk aan te brengen. Hij kan hierdoor optreden als gesprekspartner voor merkverantwoordelijken in organisaties.

- **Socialmediamanagement**

Het hoofddoel van de module Socialmediamanagement is dat je social media kan inzetten als een onderdeel van een marketingmix. Hierbij leer je marketingdoelstellingen binnen een strategie opstellen en welke socialmediakanalen het beste bij welke doelgroep(en) ingezet kan worden. Verder wordt ook ingegaan op wetgeving die invloed heeft op het gebruik van social media.

- **Productmanagement**

Na het volgen van de module ben je in staat om concurrerende, klantgerichte en winstgevende concepten te bedenken. Je kunt afwegen welke belangen er spelen bij de verschillende stakeholders en keuzes omtrent productontwikkeling onderbouwen. Hij/zij kan een plan opstellen om een product of dienst te introduceren op de markt.

- **Generational marketing**

Je kunt aan het einde van deze module een ontwerp maken voor een organisatie of een zelfstandig onderdeel daarvan. Dit ontwerp is gebaseerd op een strategisch marketing- en ondernemingsbeleid, een nieuwe generational marketingstrategie, of je kunt een voorstel tot verbetering van een bestaande generational marketingstrategie doen. Je zal hierbij zowel interne als externe analyse uitvoeren en rekening houden met kritische succesfactoren en core-competences.

- Cross-cultural marketing

Het hoofddoel van de module is dat je na afronding van de module kennis heeft van de basisbegrippen op het vakgebied van export om vervolgens zelfstandig de benodigde analyses uit te voeren om uiteindelijk een internationaal marketingprogramma op te kunnen stellen.

- Praktijkintegratie Product- en merkontwerp

In deze module ontwikkel je in het kader van een marketingstrategie een product voor export met bijbehorende marketingmix waarbij kennis van interculturele en generational marketing, merkmanagement en social media samenkomen, aan de hand van onderzoek naar de gekozen markt/doelgroep.

Deze module bevat twee verplichte opdrachten. Er hoeft echter maar één van de twee opdrachten gemaakt te worden om de module af te ronden:

- je brengt een beroepsopdracht in en na goedkeuring zend je deze nogmaals in als praktijkopdracht Definitief.
- je doorloopt alle stappen van de praktijkopdracht, dus van het plan van aanpak tot en met de definitieve versie.

- Fase 3 – Retailmanagement
- Retailmarketing

Retailmarketing zoomt specifiek in op de marketing binnen de retailbranche. Je bent in staat om op operationeel niveau een bijdrage te leveren aan het retailbeleid. Het hoofddoel van de module is dat je inzicht verwerft in de dynamische retailbranche en ontwikkelingen en trends in de retailmarkt kan vertalen naar de eigen praktijkomgeving.

- Inleiding logistiek management

Het hoofddoel van de module is kennis en inzicht te bieden in het logistieke proces en haar deeltrajecten in het algemeen en het belang van en de rol die de logistiek speelt in organisaties. Daarnaast biedt de module een praktisch handvat om de inrichting van het logistieke proces in een specifieke organisatie in kaart te brengen, aan de hand van een logistiek raamwerk. Ook leert de student een aantal eenvoudige methoden toe te passen en bv. een planningsschema in te vullen.

- Inkoop en leveranciers

Het verwerven van basiskennis, inzicht en vaardigheden op het gebied van professioneel inkopen. Aan de orde komen herkennen en inrichten van het inkoopproces, bepalen inkoopstrategieën per categorie, kennis van het selecteren van de gewenste leverancier, contracteren incl. de juridische aspecten daarbij, het bepalen van de gewenste bestelsysteem. Kunnen bepalen van optimale bestelgrootten en weten wat het belang is van voorraad en contractbeheer. Verschillende strategieën en benaderingen om de inkoopfunctie binnen een bedrijf te beoordelen.

- Formulemanagement

Online winkelen wordt steeds populairder en door corona is het via internet winkelen alleen nog maar gegroeid. Toch is het relatief gezien nog maar een klein percentage dat via online shoppen verloopt; slechts 10% van alle bestedingen. Er is dus zeker nog behoefte aan fysieke winkels en shoppen wordt steeds meer een vrijetijdsbesteding. En dat betekent dat winkelen steeds meer fun moet zijn. Een goede winkelformule is hierbij essentieel. Het gaat dan over klantbedieningsconcepten voor allerlei verschillende

doelgroepen. Dat noemen we ook wel formulemanagement.

Binnen deze module staan we stil bij een goed winkelconcept. Hierbij leggen we de focus op retail. Retail is de tussenschakel tussen de producent van een goed en de consument. We gaan in de module Formulemanagement nader in op een goed winkelconcept en wat je daar allemaal voor nodig hebt. We kijken naar de klantreis die bij een aankoopbeslissing wordt gemaakt en waarbij zo veel mogelijk zintuigen moeten worden geprikkeld om de consument te boeien en te binden. Winkelinrichting komt aan bod en je leert een vlekkenplan te maken waarbij we starten met een lege ruimte. Deze moet zodanig gevuld worden dat een potentiële klant wordt geprikkeld om tot één of meerdere aankopen over te gaan. We kijken daarom ook naar presentatie en hoe een winkel zich daarmee kan onderscheiden.

Aan het einde van deze module ben je in staat om een formuleverbeterplan te schrijven voor een bestaand winkelconcept of winkelformule. Je beschrijft de klantreis die de consument maakt als hij of zij de winkel bezoekt. Je stelt een formulechecklist op waarbij je vertrekt vanuit strategisch niveau. Je weet de geformuleerde formule-uitgangspunten te vertalen naar tactisch en operationeel niveau. Van daaruit kun je vervolgens helder maken wat er aan de formule moet worden verbeterd om succesvoller in de markt te kunnen opereren. Dit doe je o.a. door een beschrijving te geven van de in te zetten marketingmix.

Kortom: U maakt kennis met formulemanagement en bent na afronding van de module in staat om formules te analyseren en te verbeteren.

- Retail operations

De retail professional maakt een operationeel en planmatig rapport waarin de professional aantoont een operationele retailorganisatie te kunnen ontwerpen waarin taken, bevoegdheden, planning & controle en procesbeheersing en -ontwerp als onderwerpen tot uiting komen.

- Praktijkintegratie De positie in de retail

In deze praktijkintegratiemodule pas je theorie in een praktische context toe door voor een (werkelijk of fictief) bedrijf of bedrijfsonderdeel een strategisch plan op te stellen. Je werkt aan het verder ontwikkelen van algemene competenties en van specifieke beroepscompetenties. Daarbij past hij ook een aantal onderzoeksvaardigheden toe.

Deze module bevat twee verplichte opdrachten. Er hoeft echter maar één van de twee opdrachten gemaakt te worden om de module af te ronden:

- je brengt een beroepsopdracht in en na goedkeuring zend je deze nogmaals in als praktijkopdracht Definitief.
 - je doorloopt alle stappen van de praktijkopdracht, dus van het plan van aanpak tot en met de definitieve versie.
- Fase 3 – Artificial intelligence (AI)
- De fundamenteën van AI

Deze module biedt een inleiding tot de basisprincipes van kunstmatige intelligentie, waaronder machinelearning, neurale netwerken, natuurlijke taalverwerking en andere essentiële onderwerpen. Je leert over de geschiedenis van AI, welke verschillende toepassingen er zijn en waar deze voor te gebruiken zijn, en gaat verschillende tools gebruiken.

- AI en ethiek

Het hoofddoel van de module is om studenten in staat te stellen ethische vraagstukken en dilemma's binnen de context van kunstmatige intelligentie (AI) te begrijpen, te analyseren en op een verantwoorde manier toe te passen. Studenten leren belangrijke ethische modellen, richtlijnen, en wetgevingen toe te

passen op AI-systemen en kunnen kritische reflecties geven over de maatschappelijke impact van AI-technologieën.

- Cognitieve psychologie voor AI

De module gaat over het begrijpen van de basisprincipes van cognitieve wetenschap en het uitleggen van deze principes in de context van AI-systemen. In deze module verdiepen studenten zich in cognitieve wetenschap en hoe deze principes kunnen worden toegepast op de ontwikkeling van AI. Studenten zullen leren over menselijke denkprocessen, cognitieve mechanismen en de toepassing ervan bij het ontwerpen en verbeteren van AI-systemen.

- Introductie in machine learning (ML)

In deze module ga je aan de slag met de basis van machine learning. Je ontdekt hoe je verschillende soorten algoritmen kunt herkennen en toepassen, zoals classificatie, regressie en clustering. Daarbij leer je wanneer je welk type machine learning gebruikt: supervised of unsupervised learning. Ook leer je het verschil tussen classificatie (bijvoorbeeld: is dit een hond of een kat?) en regressie (bijvoorbeeld: hoeveel kost dit huis?).

Data speelt een centrale rol in machine learning. Je leert hoe belangrijk goede data is en wat er mis kan gaan als de data niet klopt: het bekende principe 'garbage in, garbage out'. Je leert datasets lezen, de juiste gegevens (features en instances) herkennen en bepalen of het om numerieke of categorische data gaat.

Verder leer je hoe verschillende algoritmen werken en wat de voor- en nadelen zijn van bijvoorbeeld een decision tree of een K-nearest neighbors-model. Je oefent ook met regressieanalyse en het valideren van je model: hoe weet je of je model goed werkt? Je leert dat meten met bijvoorbeeld precision en recall.

- Deep learning

Deze module gaat over geavanceerde technieken in deep learning, waarbij studenten dieper ingaan op neurale netwerken met meerdere lagen en complexe algoritmen voor taken zoals beeld- en spraakherkenning, natuurlijke taalverwerking en generatieve modellering.

- Praktijkintegratie AI

Je doel is om, vanuit de rol van adviseur, ontwerper of analist, een adviesrapport te ontwikkelen dat zowel professioneel onderbouwd is als praktijkgericht. Als inspiratie kun je werken met bronnen zoals de EU Ethics Guidelines for Trustworthy AI en de Cognitive Load Theory van Sweller, die je helpen om de complexiteit van AI-systemen en de gebruikerservaring beter te begrijpen. Deze opdracht stimuleer je om na te denken over de aansluiting tussen theorie en praktijk en zo een waardevolle bijdrage te leveren aan zowel de organisatie als je eigen professionele ontwikkeling.

- Fase 4

In fase 4 werk je toe naar het afronden van je opleiding. Je brengt je opgedane kennis en vaardigheden samen en laat zien dat je deze op HBO-niveau kunt toepassen in de praktijk.

- Portfolio

Het hoofddoel van het portfolio is het inzichtelijk maken van je competentieontwikkeling. In de module komt theorie aan bod over zelfreflectie en -beoordeling en de verschillende leerroutes om sturing te geven aan de persoonlijke en professionele ontwikkeling. Je bepaalt je leerroute en stelt doelen op. Door middel van

reflectieopdrachten toon je aan alle vereiste beroeps- en opleidingscompetenties op het eindniveau van de opleiding te beheersen. Tevens voorziet de module in de studiebegeleiding door de coach gedurende de gehele opleiding.

- Verdieping onderzoeksvaardigheden

Deze module is gericht op (potentiële) managers van organisaties en adviseurs in private en publieke organisaties, die in hun organisatie te maken hebben of krijgen met complexe (maatschappelijke) vraagstukken en die voor oplossingsrichtingen of mogelijke oplossingen design thinking willen inzetten.

Het hoofddoel van de module is je kennis en begrip bij te brengen en ervaring op te laten doen met de designthinkingmethode als denk- en werkwijze voor het komen tot oplossingen voor complexe vraagstukken die er in een organisatie leven. Daarbij leer je verschillende methoden toe te passen en op basis van experimenteren voor de organisatie creatieve en innovatieve oplossingen te bedenken.

- Praktijk

Het hoofddoel van de module is het ontwikkelen van de generieke hbo-competenties binnen de beroepscontext en het reflecteren op het eigen handelen.

- Afstudeeropdracht (HBO generiek)

Je bent aan het einde van je studie gekomen. In deze fase van je opleiding voer je een afstudeeropdracht uit en je schrijft hierover een verslag. In deze werkruimte staan de richtlijnen voor het opzetten en uitvoeren van het onderzoek, en voor de verslaglegging en de mondelinge afstudeerzitting waarmee je het afstudeertraject afrondt.

Modules sneller afronden? Dat kan!

Per module zie je vooraf precies wat je gaat doen en wat je moet beheersen. Heb je al voorkennis of ervaring? Dan kun je onderdelen sneller doorlopen of direct examen doen. Is de stof (grotendeels) nieuw voor je, dan raden we je aan om de volledige module te volgen. Zo studeer je zo efficiënt mogelijk, op een manier die past bij jouw situatie.

Al diploma's op zak? Vaak is vrijstelling mogelijk

Heb je al diploma's op zak, bijvoorbeeld doordat je een kort programma van LOI hebt gevolgd? Of heb je al de nodige werkervaring in het vakgebied en kun je dit aantonen via een EVC-procedure? Dan is het in veel gevallen mogelijk om vrijstellingen aan te vragen en zo modules over te slaan. Je leest er alles over onder 'Studieduur en

kosten’.

Stage en werkplek

Praktijk speelt een grote rol in deze opleiding. Zo leer je het vak niet alleen uit de boeken, maar vooral door het te doen.

Je loopt een praktijkleerperiode (stage) waarin je werkt aan je vaardigheden in een relevante werkomgeving. Dit doe je in een werkomgeving die aansluit bij de opleiding. Vaak kan dit je eigen werkplek zijn, of een andere afdeling binnen de organisatie waar je werkzaam bent.

Voor de stage heb je wel een geschikte praktijkplek nodig.

Wat is een geschikte werkplek?

Werk je al in een voor de opleiding relevante werkomgeving? Of biedt je werkgever je de mogelijkheid om op een geschikte afdeling praktijkervaring op te doen? Dan kun je de praktijkperiode hier volbrengen.

Heb je geen relevante werkplek? Dan zul je voor het doorlopen van de praktijkperiode op zoek moeten naar een aparte werkplek.

Of je werksituatie de noodzakelijke praktijkervaring voor de door jou gekozen studie kan leveren, wordt beoordeeld door docenten van LOI Hogeschool.

Examens en diploma

Examens

Elke module wordt afgerond en getoetst, bijvoorbeeld met een (flexibel) examen of een praktijkopdracht. De meeste clusters worden daarnaast ook afgesloten met een praktijkintegratieopdracht. Bovendien leg je tijdens de opleiding een digitaal portfolio aan. De opleiding als geheel wordt afgesloten met een afstudeerfase.

Flexibele examens kunnen iedere werkdag worden afgelegd op ruim 20 verschillende locaties in Nederland. Je kunt dus meteen examen doen wanneer je er klaar voor bent, dat scheelt een hoop tijd.

Kijk voor de examenkosten bij Studieduur en kosten.

Let op: in de propedeuse fase zit een extern examen voor module Business English B2. Dit examen wordt afgenomen door de exameninstantie Zwiers Language Training. Op de [website van Zwiers](#) vind je alle informatie over de opzet van het examen en actuele zaken zoals examendata.

Modules afronden met een beroepsproduct

Bij veel modules uit deze opleiding kun je ook kiezen voor afronding met validering van een beroepsproduct. Dat betekent dat je met een product uit je eigen werksituatie aan kunt tonen dat je de leeruitkomst van een module (dat wat je moet weten en kunnen) beheerst. Je hoeft in dat geval geen ander examen te doen of een extra praktijkopdracht uit te voeren. En dat scheelt je veel tijd! Meer informatie hierover vind je tijdens je opleiding in de online leeromgeving LOI Campus.

Portfolio

Je legt vanaf het begin van de opleiding een online portfolio aan, waarin je reflecteert op het leerproces en waarmee je je professionele ontwikkeling aantoont. Het portfolio is te vinden op LOI Campus, de online leeromgeving van de LOI.

Afstuderen

Aan het eind van deze HBO-bacheloropleiding voer je een afstudeeropdracht uit. De finale van je studie! Het spreekt dan ook voor zich dat je daarbij kunt rekenen op intensieve begeleiding van de docenten.

De afstudeeropdracht bestaat uit een combinatie van literatuuronderzoek en praktijkonderzoek. Het is de bedoeling dat de afstudeeropdracht wordt uitgevoerd in een voor de opleiding relevante werkomgeving. Vaak kan dit je eigen werkplek zijn, of een andere afdeling binnen de organisatie waar je werkt.

Diploma en vervolgopleiding

Je behaalt met deze opleiding een officieel en internationaal erkend HBO-bachelorgetuigschrift. Op grond daarvan mag je de graad Bachelor of Science (BSc) voeren.

De bacheloropleiding HBO Commerciële Economie van LOI Hogeschool heeft het hoogst haalbare kwaliteitsstempel voor hoger onderwijs: de NVAO-accreditatie. De NVAO voert in opdracht van het ministerie van OCW de kwaliteitscontrole in het hoger onderwijs uit. Accreditatie van een opleiding betekent dat de kwaliteit van een opleiding positief is beoordeeld.

Deze opleiding is als deeltijdopleiding opgenomen in RIO (Registratie Instellingen en Opleidingen, voorheen CROHO) onder nummer 34402.

De kwaliteitsgarantie van LOI Hogeschool

Je wilt zeker weten dat je opleiding waarde heeft. Daarom zijn alle hbo-bachelors, masters en Associate degrees van LOI Hogeschool geaccrediteerd door de Nederlands-Vlaamse Accreditatie Organisatie (NVAO). Hét bewijs dat zij voldoen aan strenge kwaliteitseisen. Zo weet je zeker dat je studeert op niveau én met een diploma dat werkgevers herkennen en waarderen.



Onze lectoren

Aan LOI Hogeschool zijn, naast alle onderwijsprofessionals, verschillende lectoren verbonden. Gepromoveerde academici met uitgebreide ervaring in het bedrijfsleven en in het doen van onderzoek. Ook beschikken zij over een groot relevant netwerk in de onderzoekswereld en de beroepspraktijk.

De lectoren leggen de verbinding tussen onderzoek, onderwijs en arbeidsmarkt. Ook verrichten zij (praktijkgericht) onderzoek t.b.v. de opleidingen van LOI Hogeschool. Daarbij ligt de focus op kennisvermeerdering en innovatie.

Daarom kies je voor LOI Hogeschool

- Maximale flexibiliteit, jij als student staat centraal.
- Voorkennis of ervaring? De opleiding past zich aan jón aan.
- Begeleiding van start tot diploma, docenten uit het werkveld.
- Op alle fronten erkend, behaal een waardevol diploma.
- Breed aanbod, altijd de juiste opleiding voor jouw ambitie.

[Lees meer](#)



NVAO-accreditatie

De NVAO-accreditatie is het hoogst haalbare kwaliteitskeurmerk voor hoger onderwijs en dé garantie dat je opleiding voldoet aan alle kwaliteitseisen, perfect aansluit op de arbeidsmarkt en internationaal erkend is. Bovendien is de NVAO-accreditatie een voorwaarde om erkende bachelor- en Ad-getuigschriften te mogen uitgeven.

De Nederlands-Vlaamse Accreditatie organisatie (NVAO) is een onafhankelijke overheidsorganisatie die de kwaliteit van het hoger onderwijs bewaakt.

Studiemethode en begeleiding

Online

Bij LOI studeer je volledig op jouw manier: waar, wanneer en hoe snel je wilt. Door flexibel online studeren kun je je opleiding gemakkelijk combineren met werk en privé. Je krijgt begeleiding van ervaren docenten die altijd voor je klaar staan.

In de persoonlijke online leeromgeving, LOI Campus, volg je gemakkelijk je voortgang. Je hebt direct contact met docenten en medestudenten en je vindt er handige online tools die je helpen om slim en doelgericht te studeren.

- Starten kan iedere dag.
- Studeer waar, wanneer en hoe snel je wilt.
- Altijd online begeleiding door ervaren docenten.
- Overzicht en houvast met LOI Campus.
- Optimaal te combineren met werk en privé.

Studeren vanuit het buitenland

Ook vanuit het buitenland kun je gewoon starten. Contact met docenten en medestudenten verloopt online. Houd er wel rekening mee dat de meeste examens in Nederland plaatsvinden (flexibele examens soms ook in Paramaribo en Willemstad). Fysieke contact- of praktijkdagen zijn in Nederland en kunnen verplicht zijn. De data

zijn altijd ruim van tevoren bekend, zodat je hier goed rekening mee kunt houden.

Kijk voor meer informatie bij de [veelgestelde vragen](#).

Leren van professionals met veel ervaring

Je krijgt altijd online begeleiding. Onze docenten hebben ruime ervaring in vakgebied van je opleiding. Zij weten precies wat er in de praktijk belangrijk is en gebruiken die kennis om jou te begeleiden.

Studieduur en kosten

Studieduur

- Wettelijke studieduur: 4 jaar (ook sneller af te ronden).
- Kosteloos te verlengen tot 6 jaar.
- Sneller afronden mogelijk met een hoger studietempo of door [vrijstellingen](#).

Kosten

Omschrijving	Bedrag
Collegegeld	36 x € 269,00
Examengeld LOI	36 x € 99,00
Inschrijfkosten en dossiervorming	€ 75,00 (éénmalig)

Let op: houd rekening met een uitgave van ongeveer € 165,00 t.b.v. diplomering (afgenomen door externe exameninstanties)

Houd daarnaast rekening met een uitgave van ongeveer € 200,00 voor het examen dat door de exameninstantie Zwiers Language Training wordt afgenomen. Dit bedrag betaal je aan de desbetreffende exameninstantie. Raadpleeg [de website](#) voor meer informatie.

Betaalopties LOI

- Betaling per maand
- Betaling in één keer of per jaar (met 3% korting)

Goed om te weten

- Langer studeren zonder extra kosten.
- Alle lesmaterialen inbegrepen.
- Binnen 14 dagen kosteloos te annuleren.
- Geen tussentijdse prijswijzigingen.

- Eventuele [herexamens](#) worden apart in rekening gebracht.

Betaalt je werkgever?

- Veel werkgevers betalen (een deel van) de opleidingskosten.
- Check of je een [opleidingsbudget](#) hebt (meestal € 750,- tot € 1200,-).
- Is de opleiding wettelijk verplicht? Dan moet je werkgever betalen.
- Geef op het inschrijfformulier aan of je werkgever de opleiding betaalt.

[Informatie voor werkgevers](#)

Levenlanglerenkrediet: voordelig lenen voor je studie

Iedereen tot 57 jaar kan onder gunstige voorwaarden geld lenen om een studie te financieren. Dit is mogelijk voor alle hbo-bacheloropleidingen en Associate degrees van LOI Hogeschool. Je kunt lenen tot maximaal het collegegeld, met een maximum van € 13.005,- (studiejaar 2025-2026). Is vakliteratuur inbegrepen? Dan wordt dit bedrag van je lening afgetrokken. Meer informatie en de voorwaarden vind je [hier](#).

SLIM scholingssubsidie

Om de arbeidsmarktkrapte in cruciale sectoren aan te pakken en bij te dragen aan de duurzame inzetbaarheid van (nieuwe) werknemers, is de SLIM-subsidie uitgebreid met een tijdelijke scholingssubsidie. Daarmee wordt studeren een stuk aantrekkelijker: je werkgever kan 40% tot 90% van de opleidingskosten vergoed krijgen én betaalt de resterende kosten. Zo kun jij kosteloos een LOI-opleiding volgen.

- 90% subsidie op MBO-opleidingen niveau 1, 2 en 3
- 40% subsidie op MBO-opleidingen niveau 4, HBO Bachelor- en Masteropleidingen

[Alles over SLIM](#)