

Masters of Marketing

GEFELICITEERD! MASTERS OF MARKETING; deze gelukwensen werden onlangs in een paginagrote advertentie onder de aandacht gebracht van het krantenlezend publiek. Zij waren afkomstig van de Katholieke Universiteit Brabant, die op deze wijze een twintigtal door haar tot *masters of marketing* geschoolde werknemers van de ING-Groep NV in het zonnetje zette.

Wat is marketing?

'Marketing zou kortweg kunnen worden omschreven als het verwerven en behouden van afnemers. De principes van marketing zijn simpel: zorgen dat je klant tevreden is en blijft.'¹

Universitaire bestuurders geven steeds vaker blijk van een onmiskenbaar talent voor marketing. Onder de kop 'MET RECHT OP DOCTORANDUS-TITEL' werft de Universiteit van Utrecht klanten voor een tweejarige academische opleiding 'Organisatie, Cultuur en Management', voor 'afgestudeerden' van het hoger beroepsonderwijs (HBO). De studielast is draaglijk: 'Naast één lesdag per twee weken, is de gemiddelde studiebelasting 20 uur per week, afhankelijk van de wijze waarop u in staat bent de praktijkonderdelen in uw werk te integreren.' De kosten vallen mee: f 28 000 incl. literatuur en accommodatie.² Is dat geen *value for money*?

Werldse universitaire marketing-perspectieven werden onlangs geopend door de Europese ministers van onderwijs. In Bologna ondertekenden zij een 'joint declaration'³ die het pad moet effenen voor 'A Europe of Knowledge', één, transparante, Europese, hoger onderwijs-markt. De transparantie wordt bevorderd door 'adoption of a system of easily readable and comparable degrees, in order to promote the international competitiveness of the European higher education system.' Een driejarige⁴ 'undergraduate'-fase, bekroond door een 'Bachelor degree', wordt, voor wie wil en kan, gevolgd door een één- of tweejarige Masters-opleiding. Het ECTS (European Credit Transfer System) wordt ingezet 'as a proper means of promoting the most widespread student mobility'. Vier studiepunten, behaald aan de Sorbonne voor het vak 'International Sale of Goods', verschaffen de student evenveel 'credit' aan de universiteit van Utrecht.

Hoe halen we Bachelors uit Barcelona voor hun Masters naar Maastricht? Maar ook, hoe bereiken wij dat in Nederland opgeleide Bachelors kunnen

concurreren met hun Franse en Duitse collega's als zij meedingen bij de toelating tot een masters-programma in Londen?

De (universeitaire) rechtenfaculteiten worden zo geconfronteerd met een netelig marketing-dilemma. Louter budgetair geredeneerd is het waarschijnlijk aantrekkelijker de mobiliteit onder de HBO-studenten aan te wakkeren door hun een interessant pakket aan vrijstellingen in het vooruitzicht te stellen, voor het geval zij bereid zijn over te stappen naar de universiteit. Dit zou ervoor pleiten bij de invulling van het nieuwe bachelor-programma de nadruk te leggen op kennis van het geldende Nederlandse recht. Op deze wijze ontstaat immers de grootst mogelijke overlap met het programma van het HBO. Ook in een HBO-opleiding tot *Human Resource Officer* zal, in het kader van het vak arbeidsrecht, de vraag aan de orde komen welke rechter kennis neemt van 'rechtsvorderingen betrekkelijk tot een arbeidsovereenkomst.' De universiteit zal van haar rechtenstudenten niet een diepgaavender onderzoek naar het antwoord op deze vraag verlangen. een blik in de wet is voldoende.

Een reden om de banden met het HBO aan te halen zou voorts gelegen kunnen zijn in het onmiskenbare feit dat de rechtenstudie al sinds jaar en dag voor een belangrijk deel een hogere beroepsopleiding is. Dit komt treffend tot uiting in het dubbele rechtsgevolg dat is verbonden aan de uitreiking van de doctoraalbul: niet alleen toelating tot de verdediging van een proefschrift teneinde een doctoraat te verwerven, maar ook *civiel effect*, toelating tot de 'toga-beroepen' (rechterlijke macht en advocatuur). Het aanleren van voor deze beroepen onmisbare vaardigheden als balanslezen en surfen over het world wide web zou dan kunnen plaatsvinden samen met HBO-studenten die ook over deze vaardigheden dienen te beschikken.

Maar wat valt te voorspellen omtrent de Europese marktpositie van de Nederlandse bachelor die gedurende drie jaren ambachtelijk is geschoold in het geldende Nederlandse recht? Overleef hij op deze basis de concurrentieslag als het gaat om toelating tot Masters-opleidingen in Berlijn, Parijs en Londen?

Geprikkeld door de academische distinctiedrift, schamperde Leijnse, voorzitter van de HBO-raad, dat hem vele academische studies bekend waren waaraan geen Plato te pas kwam. Plato? Was dat niet de man die zeer kritische opvattingen huldigde over het hoger beroepsonderwijs van zijn dagen? De

1 Marketing, Nima-B, Kerinstof, G. Rustenburg et al. Groningen, 1999, p. 13

2 Advertentie NRC-Handelsblad, 24 juni 2000, p. 54

3 Te vinden onder www.umge.ch/cie/activities/bologna%20forum

4 In de discussienotities wordt steeds ervan uitgegaan dat de bachelor-opleiding beperkt

moet blijven tot drie jaar, in de Bologna-verklaring staat met betrekking tot de duur van de bachelor-fase evenwel 'lasting a minimum of three years'

scholen voor retoriek waar redenaars als Protagoras en Gorgias tegen forse honoraria de Griekse jeugd de kunst bijbrachten om ieder willekeurig gehoor naar de mond te praten en vervolgens in te pakken. Retoriek als voorloper van moderne studierichtingen als Marketing, Public Relations en Communicatiekunde. De lessen van de Protagoras en Gorgias zijn aan de Europese ministers van onderwijs niet voorbijgegaan. In de Bologna-verklaring wordt de Europese burger in het vooruitzicht gesteld dat 'A Europe of Knowledge' hem in staat stelt 'to face the challenges of the new millennium'.

En Plato? Zijn Academie, moeder van alle academies, heeft het bijna een millennium uitgehouden, van 385 vóór Chr, toen zij door Plato werd gesticht, tot 529 na Chr, toen zij door keizer Justinianus werd gesloten, en het vrije debat plaats moest maken voor de verkondiging van het kerkelijk leergezag. Het duurzame succes van Plato's academie is niet te danken aan *wat* er werd onderwezen (het verschil tussen kennis en een juiste mening bijvoorbeeld), maar aan *de wijze waarop*. De Socratische methode, het volhardend uitdagen van studenten om bedenkingen te formuleren tegen de geldende opvattingen, heeft Socrates, Plato's leermeester, het leven gekost, maar heeft ook het academische leven

blijvend verrijkt, zij het dat de grote Amerikaanse Law Schools (Harvard, Yale) daarvan meer hebben geprofiteerd dan de Europese rechtenfaculteiten. Deze draad moet weer worden opgepakt, *Socrates* moet voor Europese rechtenstudenten méér gaan betekenen dan naam van een instelling die hun reisbeurzen verleent. Formuleer bedenkingen tegen HR 21 februari 1997, NJ 1999, 145, mede in het licht van Bundesverfassungsgericht 28 mei 1993, NJW 1993, p. 1751 e.v. en House of Lords, 25 november 1999, *Macfarlane v Tayside Health Board*. Opdrachten van dit type vormen de kern van het academisch onderwijs volgens Socrates.

Welk marketing-advies kan na Bologna worden gegeven? Bepaal als eindterm van de juridische Bachelor-opleiding (*target*, in het gangbare marketing idioom) dat de Bachelor in staat moet zijn om met succes deel te nemen aan een goed aangeschreven juridisch Masters-programma elders in Europa. Wie deze *target* vanzelfsprekend acht, dient zich wel te realiseren dat dit doel niet wordt bereikt, wanneer de eerste drie jaren van de huidige rechten-opleiding in ongewijzigde vorm worden aangeboden als Bachelor-programma *a la Bolognese*.

JHN