



Toegepaste economie
derde graad tso in
Onthaal en public relations

BRUSSEL

D/2016/13.758/019

September 2016

(vervangt leerplan D/2014/7841/053)



Inhoud

1	Inleiding en situering van het leerplan	3
1.1	Plaats in de lessentabel	3
1.2	Inleiding en situering	3
2	Beginsituatie en instroom	4
3	Logisch studietraject	5
4	Christelijk mensbeeld	6
5	Opbouw en samenhang	7
5.1	Opbouw van het leerplan	7
5.2	Samenhang	7
6	Doelstellingen.....	8
6.1	Algemene doelstelling	8
6.2	Leerplandoelstellingen	8
7	Minimale materiële vereisten	19
7.1	Algemeen.....	19
7.2	Materiële en didactische uitrusting	19
8	Pedagogisch-didactische wenken	20
8.1	Taalbeleid.....	20
8.2	Evaluatie	20
8.3	Gebruik van informatietechnologie	22
9	Geïntegreerde proef (GIP).....	23

1 Inleiding en situering van het leerplan

1.1 Plaats in de lessentabel

Zie www.katholiekonderwijs.vlaanderen bij leerplannen & lessentabellen.

1.2 Inleiding en situering

In het studierichtingsprofiel van OPR staat vermeld dat de leerling, na het 2de leerjaar van de 3de graad Onthaal en public relations, ook een professionele bacheloropleiding kan volgen in een aansluitende richting. Hier is vaak een voorafgaande economische vorming wenselijk.

Dit nieuwe leerplan werd geschreven om de leerlingen meer kansen te bieden wanneer zij willen doorstromen naar het hoger onderwijs. Het bevat dus deze kennis, vaardigheden en attitudes die een minimale basis vormen om in het hoger onderwijs mee verder te kunnen. Er wordt nergens diep op ingegaan, maar wel een brede basis gelegd. De keuze van de doelstellingen werd dus enerzijds gemaakt vanuit de verwachtingen in het hoger onderwijs in de meest logische vervolgopleidingen en anderzijds vanuit de visie van de studierichting Onthaal en public relations.

De drie delen waaruit dit leerplan bestaat, zijn evenwaardig. Er wordt dan ook een evenwaardige tijd aan besteed. De drie onderdelen houden echter geen volgorde in met uitzondering van het hoofdstuk “Inleiding tot marketing” waarbij “marktonderzoek” voor “marketingmix” moet gezien worden. Bij het bepalen van de invulling van de 2 uren in de beide jaren van de 3de graad, kan bekeken worden hoe men dit naar de leerlingen toe het beste indeelt. Soms kan het interessant zijn om leerstofonderdelen te bundelen.

Waar een (*) staat, kan er men samenwerken met de vakken OPR/Wiskunde. Er wordt steeds verwacht dat er interactief en concreet wordt gewerkt. Verder wordt zoveel mogelijk de koppeling gemaakt met de actualiteit.



2 Beginsituatie en instroom

Aangezien de studierichting OPR pas start in de 3de graad kunnen de leerlingen instromen vanuit diverse studierichtingen in de 2de graad. Dit zal tot gevolg hebben dat de klasgroep vrij heterogeen is samengesteld.

Er wordt van de leerlingen verwacht dat ze al een degelijke basis hebben opgebouwd voor Nederlands en de Moderne Vreemde Talen. Ze zijn gemotiveerd om de taal correct te gebruiken en hun taal aan te passen aan de doelgroep en de opdracht.

Bovendien wordt van deze leerlingen verwacht dat ze een sterke interesse hebben voor het werken met ICT en met moderne communicatiemiddelen. Ze zijn niet bang voor nieuwigheden en trends en willen de actuele toepassingsmogelijkheden kritisch bekijken en integreren.

De leerlingen die instromen uit een 2de graad, waar de talencomponent of de ICT-component minder aanwezig was, kunnen instromen wanneer ze heel gemotiveerd kiezen en wanneer de school voorziet in een gedifferentieerde aanpak.

Leerlingen die de 3de graad OPR kiezen, kiezen ervoor hun communicatievaardigheden te verdiepen en toe te passen in een brede waaier aan contexten. Ze willen zich voorbereiden op studies en beroepen waarbij het contact met mensen centraal staat, al dan niet via mondelinge contacten, dan wel via modern mediagebruik. Ze zien in dat dit in de huidige samenleving niet vrijblijvend is en beseffen dat men hiervoor flexibel moet kunnen inspelen op de snel wijzigende trends. Ze zijn niet bang om hun mening te formuleren en te delen met anderen. Ze gaan graag in discussie, maar leren dit te doen met respect voor de anderen. Ze zien in dat het geven van meningen het best gefundeerd gebeurt. Ze bereiden zich dus voor door gerichte kennis te achterhalen. Ze hebben een ruime interesse in de maatschappij en de actualiteit. Die blijft niet beperkt tot de eigen leefomgeving, maar verbreedt zich tot de regio, nationaal en internationaal.

Wellicht zal voor het vak Toegepaste economie een differentiatie wenselijk zijn, afhankelijk van de voorkennis economie. Sommige leerlingen die de 2de graad Economie aso of de 2de graad Handel of Handel-talen hebben gevolgd, hebben al meer economische bagage.

De leerling uit de **2de graad Economie aso** leerde:

- nadenken over de waargenomen economische verschijnselen,
- inzicht te ontwikkelen in concrete maatschappelijke contexten en de belangrijkste (bedrijfs-) economische concepten met de onderlinge verbanden.

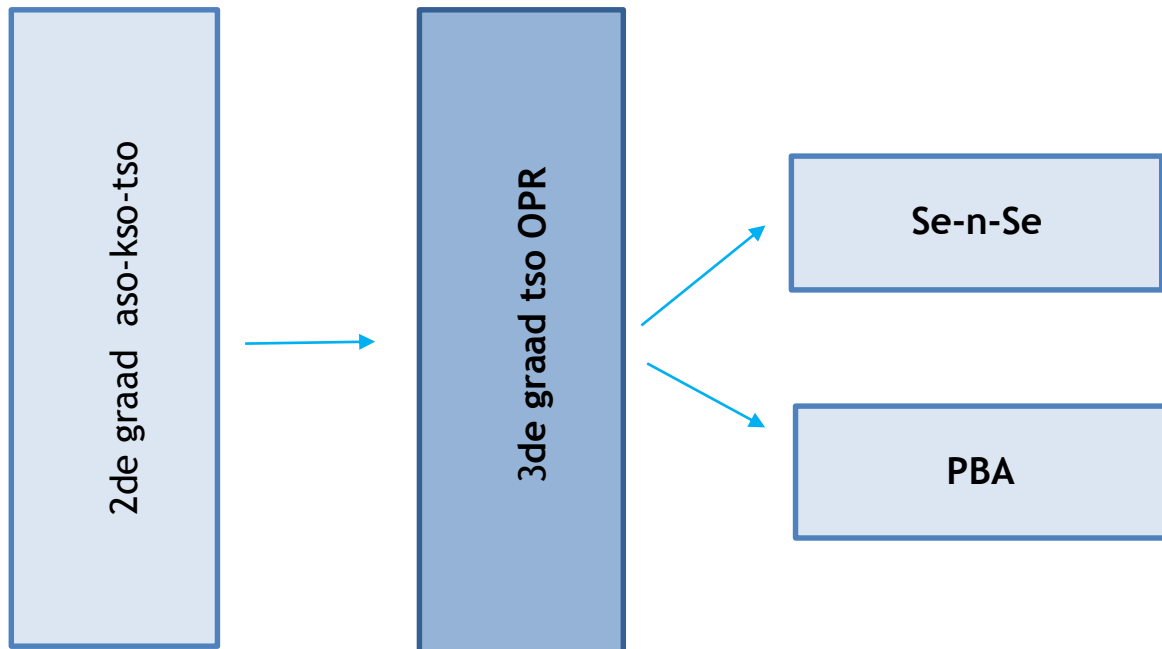
In de **2de graad Handel tso** leerde de leerling:

- boekhoudkundige verrichtingen verwerken,
- basistechnieken in verband met verkoop.

De leerling uit de **2de graad Handel-talen tso** heeft een beperktere commerciële, boekhoudkundige basis gekregen.

De leerling uit de **2de graad Toerisme tso** heeft kennis gemaakt met enkele commerciële en bedrijfsmatige aspecten van de toeristische sector.

3 Logisch studietraject



Doorstroming wordt verwacht naar studierichtingen waar communicatie, organisatie en media belangrijk zijn. Zo kan men doorstromen naar professionele bacheloropleidingen (PBA) zoals Communicatiemanagement, Eventorganisatie, Journalistiek, Officemanagement. Ook een Se-n-Se behoort tot de mogelijkheden.





4 Christelijk mensbeeld

Ons onderwijs streeft de vorming van de totale persoon na waarbij het christelijke mensbeeld centraal staat. Onderstaande waarden zijn dan ook altijd na te streven tijdens alle handelingen:

- respect voor de medemens;
- solidariteit;
- zorg voor milieu en leven;
- respectvol omgaan met eigen geloof, anders gelovigen en niet-gelovigen;
- vanuit eigen spiritualiteit omgaan met ethische problemen.

Met het oog op de realisatie van dit mensbeeld draagt dit leerplan uitdrukkelijk kansen in zich.

Wanneer actualiteit een belangrijk gegeven is in deze studierichting, dan biedt dit heel wat aanleiding tot dialoog. Kritisch-creatief leren omgaan met wat eigen en wat anders is, met wat verbindt en wat onderscheidt, stelt mensen in staat bij te dragen aan een open, zinvolle, verdraagzame en duurzame samenleving. In gesprek met elkaar leert iedereen de eigen identiteit vorm te geven door deze te ontdekken, erover na te denken en te verdiepen.

5 Opbouw en samenhang

5.1 Opbouw van het leerplan

Drie onderdelen:

1. Inleiding tot economische en juridische basisprincipes a.d.h.v. actualiteit
2. Inleiding tot marketing:
 - Marktonderzoek
 - Marketingmix
3. Inleiding tot de boekhouding a.d.h.v. een spelbedrijf

De drie delen waaruit dit leerplan bestaat zijn evenwaardig. Er wordt dan ook een evenwaardige tijd aan besteed. De drie onderdelen houden echter geen volgorde in maar Marktonderzoek moet wel voor Marketingmix worden gezien. Bij het bepalen van de invulling van de 2 uren in de beide jaren van de 3de graad, kan bekeken worden hoe men dit naar de leerlingen toe het beste indeelt.

Tip: Omdat het economische theoretischer is, terwijl marketing creatiever is, kan het voor de leerlingen aangenamer zijn om slechts 1u/week te werken aan het economische deel. Hetzelfde kan worden gesteld over het deel boekhouding.

5.2 Samenhang

Waar een (*) staat kan er een samenwerking gebeuren met OPR. Er wordt steeds verwacht dat er interactief en concreet wordt gewerkt.

Er wordt vaak met cijfers gewerkt. Soms komen nogal wat berekeningen/grafieken aan bod. Een samenwerking met de leraar van het vak Wiskunde kan hier helpen.

Verder wordt er zoveel als mogelijk de koppeling gemaakt met de actualiteit.



6 Doelstellingen

6.1 Algemene doelstelling

De leerling verwerft een economisch-juridische basiskennis.

6.2 Leerplandoelstellingen

De formulering van de doelstellingen in onderstaande tabellen gaat steeds uit van het bereiken van deze doelstelling door de leerling.

6.2.1 *Inleiding tot economische en juridische basisprincipes a.d.h.v. actualiteit*

Leerplandoelstellingen	Leerinhouden
1 De economische omgeving indelen in sectoren en van elk een voorbeeld geven.	<ul style="list-style-type: none">• Primaire, secundaire, tertiaire en quataire sector
2 Het begrip economische groei verklaren.	<ul style="list-style-type: none">• Economische groei in België• Economische groei op wereldvlak• Factoren die de economische groei beïnvloeden• Begrip bbp• Bbp als meetinstrument
3 Verloop en fases van de conjunctuur toelichten.	<ul style="list-style-type: none">• De conjunctuur: fases, verloop, meting
4 De belangrijkste marktvormen verklaren in functie van klanten en leveranciers.	<ul style="list-style-type: none">• Volledige concurrentie, monopolie, monopolistische concurrentie en oligopolie
5 De impact van regulerende en deregulerende werking van de overheid ten aanzien van bedrijven aan de hand van een voorbeeld beschrijven.	
6 De aandeelhouders en banken als financier van de onderneming aan de hand van een begrippenkader beschrijven.	<ul style="list-style-type: none">• Aandeelhouders: eigen vermogen• Banken: vreemd vermogen• Financiering eigen vermogen en vreemd vermogen: voor- en nadelen• Relatie met de banken: wederzijds vertrouwen en duurzame samenwerking: actuele voorbeelden

7	Het verschil tussen een eenmanszaak en een vennootschap toelichten aan de hand van opgezochte informatie.	<ul style="list-style-type: none"> Eenmanszaak of vennootschap: oprichting, aansprakelijkheid, verplichtingen
8	De kenmerken van de courante vennootschapsvormen toelichten en vergelijken aan de hand van opgezochte informatie.	<ul style="list-style-type: none"> Meest courante vennootschapsvormen: ebvba, bvba, nv kenmerken
9	De kenmerken van een vzw toelichten aan de hand van opgezochte informatie.	
10	Recente artikels opzoeken en bespreken waarbij de stakeholders van een onderneming een belangrijke rol spelen. (*) ¹	<ul style="list-style-type: none"> Stakeholders: aandeelhouders, personeel, vakbonden, werkgeversorganisatie, media, consumentenorganisaties, buurt, buitenlandse actoren Stakeholders: belangen De onderneming: belang van een goede relatie met stakeholders Bedrijfsleiding en stakeholders: gelijke en tegengestelde belangen
11	De wet van vraag en aanbod illustreren met behulp van grafieken.	
12	Begrippen en bewegingen op de vraag- en aanbodcurve verklaren en aantonen.	<ul style="list-style-type: none"> Vraagcurve: dalend verloop Vraagbeïnvloedende factoren Wijziging factor vraagcurve: effect Aanbodcurve: stijgend verloop Aanbodbeïnvloedende factoren Wijziging factor aanbodcurve: effect
13	Aspecten van het begrip inflatie/deflatie en het indexmechanisme toelichten.	<ul style="list-style-type: none"> Inflatie en deflatie: begrip en oorzaken Indexcijfer: belang Indexcijfer van de consumptieprijzen: totstandkoming Inflatie/deflatie: gevolgen Verband tussen inflatie/deflatie en koopkracht van de gezinnen Gezondheidsindex: totstandkoming
14	Aspecten van de arbeidsmarkt in het kader van personeelsbeleid toelichten.	<ul style="list-style-type: none"> De beroepsbevolking: structuur en evolutie in België

¹ Deze doelstelling kan in samenwerking met OPR worden gerealiseerd.
D/2016/13.758/019
Toegepaste economie in OPR
3de graad tso





	<ul style="list-style-type: none"> • Werkzaamheids- en activiteitsgraad per categorie: leeftijd - geslacht - minderheidsgroepen - sectoren... • Participatiegraad • Invloed actieve bevolking op arbeidsaanbod: statistisch materiaal
15 De wetgeving i.v.m. arbeidsovereenkomst toelichten a.d.h.v. voorbeelden.	<ul style="list-style-type: none"> • Elementen arbeidsovereenkomst: verplichtingen werkgever - werknemer - loon - werk - arbeid - gezag - arbeidsreglement - bescherming van het loon - loonuitbetaling • Soorten arbeidsovereenkomsten • Arbeidsovereenkomst voor onbepaalde duur: voorbeeld • Arbeidsovereenkomst voor bepaalde duur: voorbeeld • Arbeidsovereenkomst voor studenten: voorbeeld • Arbeidsovereenkomst interim-arbeid: Voorbeeld
16 Loonberekening toelichten a.d.h.v. ingevulde documenten.	<ul style="list-style-type: none"> • Brutobezoldiging - RSZ werknemer - bedrijfsvoorheffing - nettobezoldiging - RSZ werkgever - totale personeelskost- begrip 'loongap'
17 Begrippen in verband met verzekeringen uitleggen aan de hand van een courante verzekeringspolis van een particulier.	<ul style="list-style-type: none"> • Polis, premie, verzekeringsnemer, verzekeraar, verzekerde, verzekeringsbemiddelaar, bijzondere voorwaarden, algemene voorwaarden
18 De noodzakelijke bedrijfsverzekeringen in groepen indelen.	<ul style="list-style-type: none"> • Aansprakelijkheidsverzekering: BA uitbating, BA personeel, BA motorvoertuigen • Zaakschadeverzekeringen: brandverzekering, machinebreukverzekering • Inkomens- en levensverzekeringen: persoonlijke ongevallenverzekering, gewaarborgd inkomen, hospitalisatieverzekering, overlijdensverzekering, gemengde levensverzekering
19 Voor de verzekering van een evenement, een bondige voorstelling van de gedekte risico's weergeven aan de hand van een concrete situatie.	<ul style="list-style-type: none"> • Gedekte risico('s) bij een evenement

Pedagogisch- didactische wenken

- ✓ Op www.economie.fgov.be, www.statbel.fgov.be, www.nbb.be vind je allerlei recente cijfers/grafieken over de economische conjunctuur.
- ✓ Voorbeelden van regulerende werking: vestigingswet, milieuwetgeving, vergunning... Zie hiervoor ook op www.economie.fgov.be. Een voorbeeld van deregulerende werking is de vormgeving van de Europese Unie (wegvallen van de grenzen...). In het leerplan komt de regulerende en deregulerende werking van de overheid nog op tal van andere terreinen aan bod.
- ✓ Bij het aanreiken van de begrippen vraag en aanbod kan je starten met een eenvoudig voorbeeld van een concrete markt. Let erop dat men nadien het begrip markt abstraheert. Het principe kan ook levendiger aangebracht worden door een vraag- en aanbodspel te simuleren in de klas. Een goed voorbereid bezoek aan een fruit-/groenteveiling kan verhelderend werken.
- ✓ Bij het onderdeel loon kan je perfect aansluiten op de leefwereld van de leerlingen: hun vakantiejob, weekendwerk...
- ✓ Er is heel wat statistisch materiaal beschikbaar: <http://ecodata.mineco.fgov.be/>. Leerlingen kunnen deze cijfers exporteren in het rekenbladpakket en grafieken maken - vergelijken met cijfergegevens regio's in België en zo de verschillpunten aanduiden met deze regio's.
- ✓ Op de website van de VDAB is een ruim aanbod van statistieken, informatie, recente artikels en dossiers over tewerkstelling. Op dezelfde website vind je informatie over knelpuntberoepen. De definitie van een knelpuntberoep kan je er ook terugvinden.
- ✓ Voor het onderdeel verzekeringen kan er iemand van een verzekeringskantoor uitgenodigd worden.
- ✓ Op de websites van verschillende verzekeringsmaatschappijen kan je veel informatie vinden in verband met (verplichte) verzekeringen bij evenementen.

6.2.2 Inleiding tot marketing

MARKTONDERZOEK

Leerplandoelstellingen	Leerinhouden
<p>20 Een marktonderzoek voorbereiden aan de hand van een begrippenkader.^(*)²</p> <p>21 Een marktonderzoek opzetten.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Marktonderzoek: begrip - redenen• Steekproef: populatie• Kwantitatieve en kwalitatieve informatie• Interne en externe informatiebronnen• Keuze uitbesteding of zelf opzetten• Onderzoeksmethodes: mondeling, schriftelijk, telefonisch, digitaal...• Soorten vragen binnen marktonderzoek: gesloten vragen, open vragen, filtervragen, meerkeuzevragen, identificatievragen• Belang eenduidigheid vragen• Doelgroep• Samenstelling respondentengroep• Opmaak enquête met tekstverwerkingspakket• Uitvoering• Verwerking, analyse en interpretatie• Presentatie met presentatiepakket
<p>22 Informatie opzoeken over de verplichtingen in verband met de wet op de privacy en toepassen in het marktonderzoek.</p>	
<p>23 De relatie met klanten en leveranciers beschrijven aan de hand van een begrippenkader.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Belang relatie klanten-leveranciers• Custom Relationship Management (CRM)• Supplier Relationship Management (SRM)• Doelgroep /klanten
<p>24 De business to consumer market en business to business market binnen de doelgroep klanten beschrijven.</p>	<ul style="list-style-type: none">• B2C of B2B: verschil• Criteria bij consumentenmarkt: leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, woonplaats, welstandsklasse, beroep, vrijetijdsbesteding• Criteria bij zakelijke markt: bereikbaarheid van de klant, de grootte van onderneming, aantal werknemers, sector, de markt waarbinnen de klant zich bevindt• E-commerce: toenemend belang en gebruik in beide segmenten a.d.h.v. actuele voorbeelden

² Hier is een samenwerking wenselijk met de vakken Wiskunde en OPR

Pedagogisch- didactische wenken

- ✓ De bedoeling van dit onderdeel is een aantal theoretische begrippen rond marktonderzoek aan te reiken. Vervolgens, aan de hand van een gevalstudie binnen de economische omgeving, deze begrippen uitleggen en situeren.
- ✓ Binnen de eigen school zijn er tal van mogelijkheden om de medeleerlingen te bevragen met een enquête rond een bepaald thema zoals bijvoorbeeld mobiliteit, roken, vrijetijdsbesteding...
- ✓ De opmaak van de bevraging kan met een tekstverwerkingspakket gebeuren (door gebruik te maken van aankruisvakjes). De resultaten van de bevraging kunnen in een rekenblad verwerkt worden met bijvoorbeeld lijndiagram, diverse staafdiagrammen, taartdiagram... De leerlingen kunnen een presentatie voorbereiden en geven in de klas.
- ✓ De leerlingen moeten het CRM-begrip met een eenvoudig voorbeeld kunnen verklaren. Colruyt probeert bijvoorbeeld zijn klanten te binden met de 'Colruytkaart'. De klant krijgt een aantal voordelen (cash geld opnemen, reclamefolders...). Colruyt krijgt zicht op de aankopen van de klant en zorgt voor 'gepersonaliseerde' reclamefolders.
- ✓ De leerlingen moeten het SRM-begrip met een eenvoudig voorbeeld kunnen verklaren. Colruyt heeft zich bijvoorbeeld bij een Europese aankoopcentrale aangesloten om nog betere prijzen bij de leveranciers te kunnen bedingen.

MARKETINGMIX

Leerplandoelstellingen	Leerinhouden
25 De doelstellingen op korte en lange termijn beschrijven aan de hand van een concrete onderneming.	<ul style="list-style-type: none">• Mission statement: voorbeelden• Strategische planning (lange termijn): omschrijving• Onderdelen marketingplan (korte termijn): ondernemingssituatie, marketingmix en actieplan
26 Het begrip productassortiment, assortiment in de breedte, lengte en diepte omschrijven en illustreren met voorbeelden.	
27 Het belang van het assortiment voor de marketingmix omschrijven.	
28 De reglementering in verband met gezamenlijk aanbod toelichten en toepassen op concrete voorbeelden.	
29 De begrippen kwaliteit, garantie en service omschrijven en illustreren met voorbeelden.	<ul style="list-style-type: none">• Belang voor marketing-mix



30 De reglementering in verband met garantie toelichten en illustreren met voorbeelden.	
31 Het merkenbeleid als marketinginstrument toelichten aan de hand van voorbeelden.	<ul style="list-style-type: none"> • A-merk, B-merk, collectief merk, individueel merk, fabrikantenmerk, landelijk merk en private label: begrippen en voorbeelden • Multibrandstrategie: werking aan de hand van voorbeelden • Belang merken voor marketingmix
32 De reglementering in verband met de bescherming van het merk en de benaming van oorsprong toelichten en illustreren met voorbeelden.	
33 De reglementering in verband met de hoeveelheds- en prijsaanduiding en etikettering op de verpakking toelichten en toepassen op concrete voorbeelden.	
34 Aan de hand van concrete voorbeelden, de reglementering in verband met de productaansprakelijkheid toelichten.	<ul style="list-style-type: none"> • Etikettering
35 Een aantal begrippen in verband met kostengerichte en vraaggerichte prijszetting toelichten aan de hand van voorbeelden.	<ul style="list-style-type: none"> • Prijszetting: kostengericht - vraaggericht • Prijsdiscriminatie - vorm van vraaggerichte prijszetting • Prijsdifferentiatie - vorm van vraaggerichte prijszetting • Onderscheid prijsdiscriminatie en prijsdifferentiatie aan de hand van een case
36 Met voorbeelden illustreren hoe ook de concurrentie een rol kan spelen bij de prijszetting.	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrentiegerichte prijszetting
37 Het onderscheid verklaren tussen prijszetting en prijsimago.	
38 Het principe van de psychologische prijzen illustreren met voorbeelden.	
39 Het onderscheid tussen directe en indirecte kosten, tussen vaste en variabele kosten verwoorden en illustreren met voorbeelden.	
40 De break-evenanalyse maken en de winstmogelijkheden van het bedrijf formuleren.	<ul style="list-style-type: none"> • Break-evenanalyse: berekening, grafische voorstelling, conclusies

41 Aspecten van het begrip “distributiekanaal” toelichten.	<ul style="list-style-type: none"> • Distributiekanaal: begrip (met inbegrip van detail- en groothandel) • Directe, korte, lange distributiekanaalen • Intensieve, selectieve en exclusieve distributie
42 Promotiebeleid als element van marketingstrategie toelichten en toepassen. (*) ³	<ul style="list-style-type: none"> • Fasen promotiebeleid: doelstellingen, budget, media en boodschap • Doelstellingen promotiestrategie: wie wil ik bereiken? Waar wil ik hen bereiken? Welk koopgedrag wil ik beïnvloeden? • Push- en pullstrategie: begrip en voorbeelden • Bepalende factoren promotiebudget: omzet, concurrentie, beschikbare middelen • Recognition test en recall test: begrippen • Uitwerking promotie met een desktoppublishingpakket
43 De wet op de handelspraktijken en bescherming van de consument in het kader van promotie toelichten a.d.h.v. voorbeelden.	<ul style="list-style-type: none"> • Reglementering in verband met misleidende reclame • Reglementering in verband met vergelijkende reclame • Reglementering in verband met solden en uitverkoop • Reglementering in verband met gezamenlijk aanbod van producten en diensten
44 Informatie opzoeken over de verplichtingen in verband met de auteursrechten. (*) ⁴	<ul style="list-style-type: none"> • Auteursrechten: Sabam en Reprobel

Pedagogisch-didactische wenken

- ✓ De leerlingen kunnen individueel of in groepjes het productassortiment bestuderen door een bezoek te brengen aan de onderneming. Een andere mogelijkheid is het bestuderen van de catalogus of de website. Tegelijkertijd met de beschrijving van het assortiment kunnen ook de risico's en de opportuniteiten van een breed en/of een diep assortiment aan bod komen.
- ✓ Om de leerplandoelstellingen in verband met garantie op een praktijkgerichte wijze te realiseren, kan je garantieboekjes van bepaalde producten bespreken in functie van de leerplandoelstellingen.
- ✓ De leerlingen kunnen individueel of in groepjes het merkenbeleid van een bepaalde onderneming bestuderen door een bezoek te brengen aan een onderneming. Een andere mogelijkheid is het bestuderen van een catalogus of een website. Deze opdracht kan een deel uitmaken van de geïntegreerde proef. De resultaten kunnen verwerkt worden in een paper. Deze doelstellingen kunnen ook vakoverschrijdend gerealiseerd worden met Nederlands, Frans, Engels, Duits.
- ✓ In vakgerichte tijdschriften vindt men vaak cases die kunnen gebruikt worden om dit gedeelte van de wet op de marktpraktijken te illustreren.

³ Een aantal elementen kunnen in samenspraak met de leerkrachten OPR gebeuren.

⁴ Dit moet in overleg gebeuren met OPR.



6.2.3 Inleiding tot de boekhouding a.d.h.v. een spilbedrijf

Leerplandoelstellingen	Leerinhouden
45 Het begrip BTW verklaren.	<ul style="list-style-type: none">• Werking van het BTW-systeem• BTW-tarieven• Verbruiksbelasting
46 Verschillende doelstellingen van de boekhouding beschrijven.	<ul style="list-style-type: none">• (interne) info voor de bedrijfsleider• verplichte (externe) rapportering.
47 Op basis van de wetgeving, de ondernemingen indelen.	<ul style="list-style-type: none">• Soorten ondernemingen: zeer kleine, kleine en grote ondernemingen
48 De soort boekhouding afleiden uit de indeling van de ondernemingen.	<ul style="list-style-type: none">• Dubbele en vereenvoudigde boekhouding
49 Aantonen met voorbeelden dat de boekhoudkundige registratie onontbeerlijk is als informatiebron voor de handelsonderneming.	<ul style="list-style-type: none">• De boekhouding als instrument voor het (toekomstig) beleid
50 Aan de hand van gegevens van het spilbedrijf het begrip balans verklaren.	<ul style="list-style-type: none">• Actief-passief• Oorsprong en aanwending van het vermogen• Evenwicht
51 De verdere indeling van de balans in hoofdrubrieken en rubrieken verklaren en toepassen.	<ul style="list-style-type: none">• Vaste en vlottende activa• Eigen vermogen• Vreemd vermogen
52 De balans uitsplitsen in rekeningen en de noodzaak ervan formuleren.	<ul style="list-style-type: none">• De balansrekening
53 De boekingsregels betreffende de actief- en passiefrekeningen formuleren en toepassen.	
54 Voorbeelden van kosten en opbrengsten kunnen geven.	
55 De indeling van de resultatenrekening in rubrieken verklaren en toepassen.	<ul style="list-style-type: none">• Bedrijfsresultaat: opbrengst en kosten• Financieel resultaat: opbrengst en kosten• Uitzonderlijk resultaat: uitzonderlijke opbrengst en kosten
56 De boekingsregels betreffende de kosten- en opbrengstenrekeningen formuleren en toepassen.	

57	De noodzaak verklaren van een onderverdeling van rekeningen tot een geordend boekhoudsysteem.	
58	Verklaren dat het rekeningenstelsel een geordend geheel is waarin alle rekeningen een verantwoorde plaats krijgen.	
59	Verklaren dat de decimale structuur toelaat dat een bedrijf rekeningen kan toevoegen of weglaten, binnen het wettelijk kader.	<ul style="list-style-type: none"> • Van 'MAR' naar 'ons' rekeningenstelsel
60	Rekeningen situeren in de juiste klasse van het rekeningenstelsel.	
61	Een factuur en een creditnota ontleden en de onderdelen ervan verklaren.	
62	De berekeningen op een aankoopfactuur en ingaande creditnota verklaren, interpreteren en narekenen. (*) ⁵	<ul style="list-style-type: none"> • De aankoopfactuur • De ingaande creditnota
63	Een verkoopfactuur en een uitgaande creditnota opstellen en berekenen. (*) ⁶	<ul style="list-style-type: none"> • De verkoopfactuur • De uitgaande creditnota

Pedagogisch-didactische wenken

- ✓ Het is niet de bedoeling om hier op zeer korte termijn boekhouders op te leiden. Hier worden enkel terminologie en inzichten meegegeven, waarmee leerlingen een basis opbouwen om in het hoger onderwijs verder te kunnen.
- ✓ Het is belangrijk voorbeelden te kiezen die aansluiten bij de studierichting en de gekozen projecten.
- ✓ Door middel van een volledige bedrijfskolom voor een bepaald product, kan de werking van het btw-systeem worden uitgelegd, voor wat betreft de verschillende handelsondernemingen én voor wat betreft de consument.
- ✓ Er worden géén verrichtingen geboekt in het systeem van de vereenvoudigde boekhouding. De leerlingen moeten enkel weten hoe de vereenvoudigde boekhouding eruitziet. Het tonen van een ingevuld aankoopdagboek, verkoopdagboek en financieel dagboek volstaat.
- ✓ De klemtoon in dit leerstofonderdeel ligt op het correct beredeneren van de verrichtingen op actief-, passief-, kosten- en opbrengstenrekeningen. Daarom zijn de verrichtingen best uiterst eenvoudig, met ronde getallen.
- ✓ Bij doelstelling 52 kan de noodzaak aan rekeningen best blijken door eerst enkele verrichtingen te boeken, met telkens een volledig nieuwe balans als gevolg. Dit systeem blijkt niet werkbaar te zijn! In dit deel wordt achtereenvolgens aan de orde gesteld:
 - eerst verrichtingen die actief en passief doen veranderen in opeenvolgende balansen;

⁵ Samenspraak met de leerkracht van het vak Wiskunde is wenselijk.

⁶ Samenspraak met de leerkracht van het vak Wiskunde is wenselijk.





- daarna de boeking op actief- en passiefrekeningen; met introductie van de boekhoudredenering;
 - vervolgens de boeking op kosten- en opbrengstenrekeningen met boekhoudredenering.
- ✓ Door het nummer van de juiste klasse van het MAR in te oefenen met de leerlingen, zullen zij nadien de desbetreffende rekeningen makkelijker terugvinden bij opzoekwerk.

7 Minimale materiële vereisten

7.1 Algemeen

Om de leerplandoelstellingen bij de leerlingen te realiseren dient de school minimaal de hierna beschreven infrastructuur, materiële en didactische uitrusting ter beschikking te stellen, die beantwoordt aan de reglementaire eisen op het vlak van veiligheid, gezondheid, hygiëne, ergonomie en milieu.

Dit alles is daarnaast aangepast aan de visie op leren die de school hanteert.

7.2 Materiële en didactische uitrusting

Dit leerplan legt geen specifieke softwarepakketten op, de school kiest zelf de software waarmee gewerkt wordt. De gebruikte softwarepakketten moeten toereikend zijn om de leerplandoelstellingen en leerinhouden te realiseren, ze moeten voldoende actueel zijn.

Om zo realistisch mogelijk te werken moeten de leerlingen binnen de school minimaal toegang hebben tot:

- een voldoende aantal pc's/laptops/tablets waarop de vereiste programmatuur op een aanvaardbaar performantieniveau draait;
- een printer;
- een internetaansluiting.

Een projectiesysteem voor computerbeelden.

Voor de realisatie van de doelstellingen is de beschikbaarheid over actueel bronnenmateriaal een absolute voorwaarde.

Er dient voldoende didactisch materiaal beschikbaar te zijn voor het bereiken van de doelstellingen. Omwille van de noodzaak van het werken met professionele en recente materialen en benodigdheden, pleiten we voor de beschikbaarheid van materialen en benodigdheden op de school - eventueel tijdelijk door middel van huren of lenen of beschikbaarheid op de stageplaats, externe opleidingscentra ...



8 Pedagogisch-didactische wenken

8.1 Taalbeleid

Omdat taalbeleid voor de hele school van belang is, wordt iedere leraar erbij betrokken. Werken aan een taalbeleid verhoogt immers de onderwijskwaliteit waardoor meer leerlingen het schoolcurriculum kunnen halen.

- Intensief werken aan taal, zeker ook in niet-taallessen kan via taalgericht vakonderwijs. Met taalgericht vakonderwijs kiest de school voor een visie op ondersteuning en ontwikkeling van de taalvaardigheid van de leerlingen in functie van leren. Essentieel hierbij is dat de leerling centraal staat.

Taalgericht vakonderwijs staat voor een didactiek die gebruik maakt van het feit dat taal een belangrijke rol speelt bij het leren. Uitgangspunt is dat taal, leren en denken onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden. Taalgericht vakonderwijs zoekt naar mogelijkheden om leren en taal aandacht te geven in de vaklessen. De vakinhoud staat voorop en daarover praat en schrijf je met elkaar in vaktaal. Aandacht voor taal betekent dan dubbele winst.

- Taalgericht vakonderwijs is te omschrijven als contextrijk onderwijs, vol interactie en met taalsteun. De begrippen context en interactie zijn niet specifiek voor taalgericht vakonderwijs. Alle leraren werken met contexten en samenwerkend leren levert veel zinvolle interactie. Voor vaktaalleren is aandacht voor beide echter onmisbaar. Door de leerlingen daarbij op verschillende manieren taalsteun te geven, is het leerproces te optimaliseren.

Als we ‘goed’ onderwijs willen voor allen, dan is er aandacht voor (school)taal. Dat veronderstelt standaardtaal gebruiken, de juiste vaktermen toepassen (vaktaal), in de gepaste taal over de leerstof en het vak kunnen praten. In de lessen, bij taken en opdrachten komt daarbij ook de aandacht voor een heldere instructietaal.

- Op school én in de les betekent dit dat er een werking wordt opgezet om de schoolse taalvaardigheid te verhogen, om de slaagkansen en de kwaliteit van het onderwijs te garanderen.

8.2 Evaluatie

Evaluatie is een wezenlijk en permanent onderdeel van de leeractiviteiten van leerlingen. Het is met andere woorden geen eindpunt van een onderwijsperiode of van het leerproces, maar maakt er integraal deel van uit. Het lijkt ons immers weinig consistent om tijdens de leerfase de focus te leggen op het leerproces, maar finaal alleen het leerproduct te evalueren.

Door evaluatie in te zetten als onderdeel binnen elke fase van het leerproces wordt het een middel waarmee zowel de leerling als de leraar feedback krijgt over het leer- en onderwijsproces. Door rekening te houden met de vaststellingen gemaakt tijdens de evaluatie kan de leerling zijn leren optimaliseren en kan de leraar uit evaluatiegegevens informatie halen om zijn didactisch handelen bij te sturen.

- In het groeiproces kunnen tevens argumenten besloten liggen ter ondersteuning van beslissingen bij het oriënteren en delibereren. Wordt hierbij steeds rekening gehouden met de mogelijkheden van de leerling, dan verdient ook de groei van de leerling de nodige aandacht.

Evaluatie wordt zo een continu proces dat optimaal verloopt in stress- en sanctiearme omstandigheden.

Een goede evaluatie voldoet aan volgende criteria:

- gespreid zijn in de tijd;
- doelmatig zijn;

Een doelmatige evaluatie moet aan de volgende aspecten beantwoorden: validiteit (staat de evaluatie in relatie met de leerplandoelen?), betrouwbaarheid en efficiëntie.

- billijk zijn.

Men kan spreken van een billijke evaluatie indien er sprake is van objectiviteit, doorzichtigheid en normering.

Rapportering

Een goede communicatie voorkomt misverstanden en discussies. Daarom is het van belang om bij aanvang van het schooljaar de rol van evaluatie in het leerproces en de wijze waarop dit gerapporteerd wordt, te duiden vanuit de visie die de school omtrent evaluatie hanteert.

Indien de rapportering zich echter beperkt tot het meedelen van cijfers, dan krijgt de leerling weinig adequate feedback op zijn leerproces. Daarom kunnen in een rapportering zowel de kwaliteiten als de werkpunten van de leerling weergegeven worden. Eventuele adviezen voor het verdere leerproces kunnen er aan bod komen om de begeleiding van de leerling te optimaliseren.



8.3 Gebruik van informatietechnologie

Het verdient aanbeveling om hedendaagse informatietechnologie (computer, tablet, gsm ...) in te zetten als middel om de leerplandoelen efficiënt te realiseren. De klemtoon ligt hierbij op het functioneel opzoeken en filteren van relevante informatie (o.a. via Internet).

Indien men gebruik wenst te maken van ondersteunende softwarepakketten, benadrukken we dat deze programma's ten dienste van de te realiseren leerplandoelstellingen moeten staan en niet op de beheersing van het softwarepakket op zich.

Daarenboven is het noodzakelijk om de leerlingen vertrouwd te maken met softwarepakketten die ook daadwerkelijk in de praktijk worden gebruikt.

9 Geïntegreerde proef (GIP)

In het tweede leerjaar van de derde graad van het technisch, kunst-, het beroepssecundair onderwijs; en in het derde leerjaar van de derde graad van het beroepssecundair onderwijs, ingericht onder de vorm van een specialisatiejaar, is de organisatie van een geïntegreerde proef reglementair verplicht. Je kunt het algemeen kader daarvoor via de directie bekomen.

De proef slaat voornamelijk op de vakken van het specifiek gedeelte. De integratie van andere vakken kan een meerwaarde vormen als die de GIP ondersteunen.

De geïntegreerde proef wordt beoordeeld door zowel interne als uit externe deskundigen. Hun evaluatie zal deel uitmaken van het deliberatiedossier.