

ZAKELIJKE COMMUNICATIE
NEDERLANDS
3de graad bso
VERKOOP

LEERPLAN SECUNDAIR ONDERWIJS

VVKSO – BRUSSEL D/2013/7841/008
Vervangt leerplan D/2006/0279/042 vanaf 1 september 2013



Vlaams Verbond van het Katholiek Secundair Onderwijs
Guimardstraat 1, 1040 Brussel

Inhoudsopgave

1	Inleiding en situering van het leerplan	3
2	Beginsituatie en instroom	4
3	Logisch studietraject.....	5
4	Christelijk mensbeeld	6
5	Opbouw en samenhang.....	7
5.1	Leerlijn 2de – 3de graad.....	7
5.2	Samenwerking met andere vakken	8
6	Doelstellingen.....	9
6.1	Algemene doelstellingen	9
6.2	Leerplandoelstellingen.....	10
7	Minimale materiële vereisten	13
7.1	Klaslokalen met verplaatsbaar meubilair	13
7.2	Een multimediaal lokaal.....	13
7.3	Ruimtes om individueel en in groep te werken	13
8	Pedagogisch-didactische wenken.....	14
8.1	Algemeen	14
8.2	De OVUR-strategie.....	14
8.3	Wenken bij de algemene doelen	15
8.4	Wenken bij de mondelinge communicatie	15
8.5	Wenken bij de schriftelijke communicatie	16
8.6	Differentiëren.....	17
8.7	De gip	18
8.8	Evaluatie.....	19
9	Bibliografie.....	20

1 Inleiding en situering van het leerplan

Dit leerplan Zakelijke communicatie Nederlands in de derde graad bso is enkel bestemd voor de leerlingen van de studierichting Verkoop. Het is een vak uit het specifiek gedeelte. De studierichting heeft een eigen studierichtingsprofiel dat kan nagelezen worden op de website van het VVKSO bij de lessentabellen.

De rechtstreekse aanleiding tot herwerken, houdt verband met het invoeren van een nieuw studierichtingsleerplan voor de derde graad Verkoop vanaf 1 september 2013.

In de **derde graad Verkoop bso** komt onder meer het volgende vormingsonderdeel aan bod:

- een communicatieve vorming waarin praktische aspecten van zakelijke communicatie in het Nederlands, Frans en Engels worden aangebracht.

De **retailmedewerker** werkt zowel in de kleine detailhandel als in het grootwinkelbedrijf en in zowel de food- als non-food sector.

De verkoper heeft te maken met allerlei aspecten van het verkoopvak. Het contact met de klant staat voorop, zowel bij het voeren van het verkoopgesprek als bij de financiële afhandeling. De verkoper besteedt ook een deel van zijn tijd aan het op aantrekkelijke wijze presenteren van artikelen en het schoonhouden van de winkel. Hij zorgt dat de presentaties op orde blijven en de voorraad in de verkoopruimte aangevuld blijft. Hij staat ook in voor het ontvangen en opslaan van de goederen.

Zakelijke communicatie is essentieel in de administratieve, logistieke en commerciële dienstverlening. Het onderscheidt zich van Nederlands of pav in de basisvorming. De leerplandoelen van de derde graad leggen de nadruk op beroepsgericht taalgebruik.

Het vak wordt gegeven door een leraar Nederlands. Hij beschikt over twee wekelijkse lestijden in het eerste jaar van de derde graad om gericht te werken aan zakelijke mondelinge en schriftelijke taalvaardigheid. Deze lessen zullen ook gebruikt worden om de doelstellingen voor de vaardigheden uit te diepen door middel van complexere taken¹.

Voor **de lessentabel** verwijzen we naar de website van het VVKSO.

Zie www.vvkso.be > lessentabellen > 3^{de} graad > bso > 1^{ste} en 2^{de} leerjaar > Verkoop.

¹ Taken zijn communicatieve opdrachten, afgeleid van authentieke communicatie (zie ook Pedagogisch-didactische wenken).

2 Beginsituatie en instroom

Veel leerlingen die de derde graad Verkoop bso beginnen, komen over uit de tweede graad Verkoop bso of uit de tweede graad Kantoor bso en hebben als groep een eigen identiteit opgebouwd. Zij hebben daar al kennisgemaakt met *Communicatieve vaardigheden* Nederlands in de tweede graad bso Verkoop of Kantoor.

Ook moeten we rekening houden met neveninstromers uit andere onderwijsvormen, onder andere uit Handel tso of Handel-talen tso en allochtone leerlingen die blijvend aandacht en extra begeleiding nodig hebben om hun taal verder te ontwikkelen.

Daardoor kan het studieniveau van de leerlingen onderling heel verschillend zijn. We gaan er van uit dat leerlingen de noodzakelijke basis, een redelijke kennis van het Nederlands (zowel schriftelijk als mondeling) hebben verworven. De leerlingen van de tweede graad Verkoop en Kantoor zijn al wel in aanraking gekomen met een initieel referentiekader en observatie- en beoordelingsschema's met vooropgestelde criteria en kunnen zichzelf bevragen.

Aansluitend op de tweede graad kunnen ze in het begin van de derde graad het communicatiemodel aan de hand van voorbeelden toelichten en de communicatieve situatie toetsen aan allerlei vormen van formele communicatie.

3 Logisch studietraject

3.1 Tewerkstelling na de derde graad

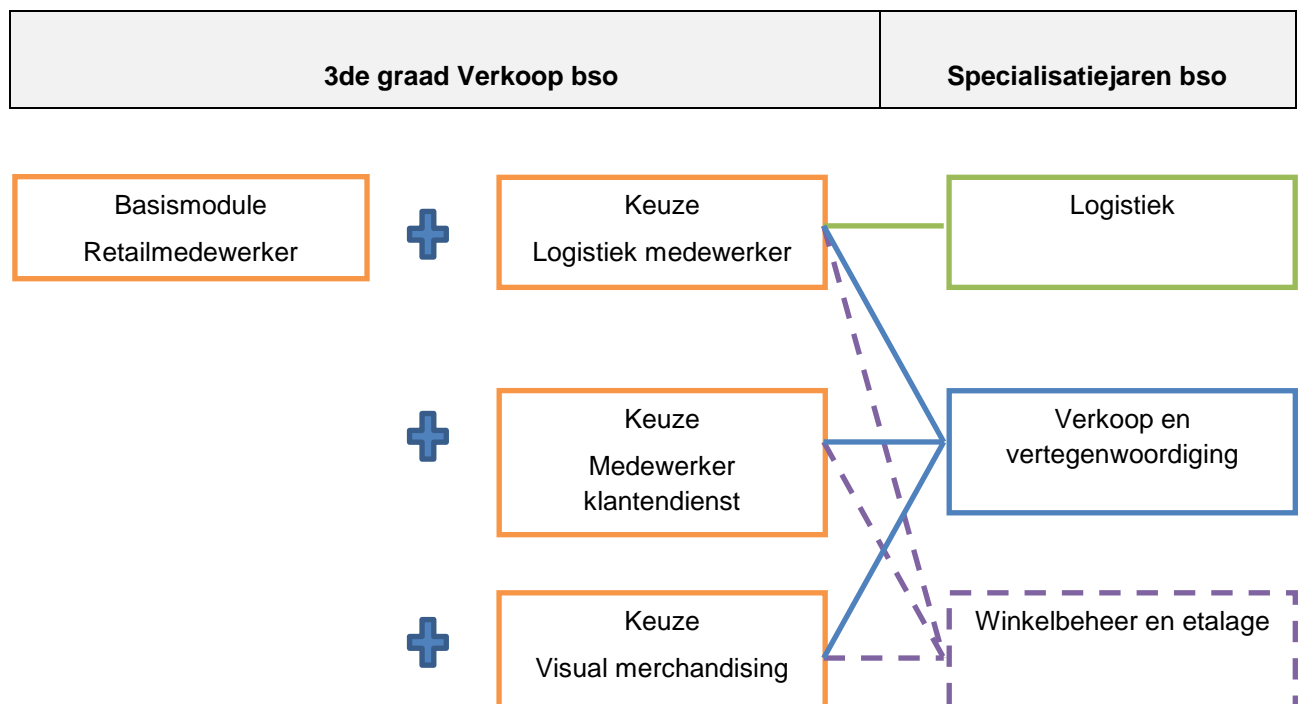
Op het einde van het tweede leerjaar van de derde graad hebben de leerlingen van **Verkoop bso** de competenties verworven om te starten als:

- beginnend winkelmedewerker, beginnend verkoper en beginnend kassierster;
- aanvullend hebben ze ook de competenties verworven van ofwel beginnend logistiek medewerker ofwel beginnend medewerker klantendienst ofwel beginnend merchandiser.

3.2 Verder studeren in een specialisatiejaar bso

Heel wat leerlingen zullen na het tweede leerjaar van de derde graad **Verkoop bso** doorstromen naar één van volgende specialisatiejaren:

- Logistiek bso;
- Verkoop en vertegenwoordiging bso;
- Winkelbeheer en etalage bso.



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.

Aangezien de leerlingen uit Verkoop met zeer uiteenlopende doelgroepen in contact komen en het tot hun voornaamste taak behoort om te zorgen dat medewerkers en klanten na hun tussenkomst tevreden zijn, is een respectvolle houding hiertoe een belangrijke voorwaarde.

5 Opbouw en samenhang

5.1 Leerlijn 2de – 3de graad

	2de graad	3de graad
Mondelinge communicatie	De mondelinge vaardigheden richten zich op formele contexten die te maken hebben met de leefwereld van de leerlingen. Ze maken kennis met het typisch taalregister dat daarbij hoort. Zij verkennen eigenschappen en aspecten van dat taalregister. Een spreekplan kan ondersteuning bieden.	De mondelinge vaardigheden richten zich op formele, zakelijke contexten. De communicatieve situaties situeren zich meer en meer in de latere beroepscontext.
Schriftelijke communicatie	Voor de schriftelijke vaardigheden die zich ook focussen op formele contexten wordt er de nodige taalsteun aangeboden. Die taalsteun kunnen allerlei schrijfkaders zijn.	De communicatieve situaties waarin de schriftelijke vaardigheden geoefend worden, situeren zich binnen zakelijke contexten. Meer en meer richten ze zich op de latere beroepscontext.

In de derde graad is het essentieel in het vak Zakelijke communicatie om basiscompetenties nodig voor de latere beroepsuitoefening te ontwikkelen. Meer concreet wil dit zeggen dat communicatieve vaardigheden worden ingeoefend in een zakelijke context, waarbij de nadruk ligt op de praktijkgerichtheid en op het uitvoerend communicatief aspect. Een winkelbediende of een verkoopmedewerker in de groothandel moet in staat zijn om nauwkeurig omschreven taken uit te voeren en werkzaamheden te verrichten op het gebied van (tele)verkoop en communicatie, informatie en organisatie, zonder daarvoor de eindverantwoordelijkheid te dragen.

Taalvorming is in eerste instantie een “sociaal interactief” gebeuren. Taalvaardigheden worden bij voorkeur aangeleerd via interactieve dynamische werkvormen. De taalvorming beoogt vier taalvaardigheden (luisteren, lezen, spreken en schrijven). De beroepsopleidingprofielen vragen vooral aandacht voor luisteren en spreken. De toekomstige verkoopmedewerker zal zich in zijn communicatie mondeling moeten uitdrukken. In beperkte mate moet ook aandacht geschonken worden aan schrijfvaardigheden. Het overbrengen van correcte informatie is cruciaal in de communicatie. De leerlingen leren in de derde graad een uitgebreider begrippenkader en reflecteren op hun zakelijk taalgebruik.

5.2 Samenwerking met andere vakken

Om overlappingsen met andere vakken te vermijden, zijn afspraken maken en vakcoördinerend werken van enorm belang. Na overleg met de collega's kan duidelijk een relatie gelegd worden tussen de communicatieve toepassingen die deel uitmaken van dit vak en de leerplandoelstellingen van de andere vakken. Dit "vakoverschrijdend" werken laat de leerlingen toe de samenhang te zien, gemakkelijker transfers te maken en de beroepsgerichte vorming als een geheel te ervaren.

Soms worden project algemene vakken of Nederlands en Zakelijke communicatie Nederlands aan dezelfde leraar toegewezen. Continuïteit bij het toewijzen van lesopdrachten is belangrijk, het versterkt de teamgeest en bevordert de inhoudelijke samenhang. Hoewel het leerplan Nederlands en zakelijke communicatie bij elkaar aansluiten, is er toch een duidelijk onderscheid tussen beide. Dat uit zich voor wat zakelijke communicatie betreft in het **functionele** karakter van de leerinhouden. Het aanbod van de leerinhouden moet dan ook zo realistisch en authentiek mogelijk zijn en aangepast aan de beroepssituatie waarin de leerlingen na de derde graad terecht komen. Daar waar het leerplan Nederlands gericht is op het functioneren in een algemeen maatschappelijk kader, richt het leerplan zakelijke communicatie zich in het bijzonder op die mondelinge en schriftelijke vaardigheden die vereist zijn voor de uitoefening van het beroep. (Zie ook algemene doelstellingen).

De algemene doelstellingen van het vak AV Nederlands of AV Project algemene vakken rond de taalvaardigheden (luisteren, lezen, spreken en schrijven) zijn integraal van toepassing.

In Zakelijke Communicatie Nederlands vertrekken de lessen van formele contexten zoals dat al in de tweede graad bij Communicatieve vaardigheden aangeleerd werd. Die formele context wordt nu meer en meer gericht op een zakelijke context in functie van de latere beroepsmogelijkheden. Binnen Verkoop wordt zowel op de mondelinge als op de schriftelijke communicatie gefocust, met aandacht voor interne en externe communicatie. Wat bij Zakelijke communicatie aangeleerd wordt, kan bij de specifiek richtingsvakken verder ingeoeffend worden. Het is belangrijk om over strategieën, inzichten, vaardigheden die de leerlingen bij ZC aanleren te communiceren met de collega's van de andere vakken.

6 Doelstellingen

6.1 Algemene doelstellingen

Het specifieke gedeelte van deze studierichting is gericht op een arbeidsoriënterende vorming opleiding met als klemtonen de ontwikkeling en ondersteuning van de noodzakelijke kennis en vaardigheden voor het toekomstig beroep.

6.1.1 *Vaardigheden verwerven als voorbereiding op het takenpakket op de werkvloer*

AD 1 Leerlingen ontwikkelen een reeks vaardigheden i.f.v. 'communicatie' in zakelijke contexten:

- vaardigheden voor mondelinge communicatie;
- vaardigheden voor schriftelijke communicatie;
- OVUR-strategie hanteren;
- reflectievaardigheden ook door te werken met observatie- en beoordelingsschema's;
- vaardigheden om gerichte feedback te verwerken;
- ICT-vaardigheden;
- informatievaardigheden;
- kijkvaardigheden;
- sociale vaardigheden;
- planningsvaardigheden.

6.1.2 *Gepaste attitudes inzetten nodig voor een flexibel functioneren in latere werkomgevingen*

AD 2 Leerlingen werken aan de volgende attitudes i.f.v. de latere beroepsuitoefening als winkelbediende:

- vlot zijn in de omgang: zowel in verbale als non-verbale communicatie;
- bereid zijn het voorkomen aan te passen aan de stijl en de specifieke eisen van de winkel;
- eerlijk en discreet werken: vertrouwelijke gegevens als dusdanig behandelen;
- zin hebben voor samenwerking: correct omgaan met personen binnen en buiten het bedrijf;
- kunnen samenwerken met hiërarchisch meerdere en gezag aanvaarden;
- de toegewezen artikelen verzorgen (aanvullen en presenteren);
- op een klantgerichte en klantvriendelijke wijze de consument begeleiden, adviseren en uitnodigen tot het kopen van het artikel;
- de verkoopstransactie correct afhandelen;
- zin hebben voor initiatief: problemen zien en ze op een gepaste manier aanpakken;
- leergierig zijn en interesse tonen: altijd willen bijleren zowel on-the-job als extern (levenslang leren);

- discipline hebben: zich houden aan regels, afspraken en procedures;
- flexibel zijn: snel kunnen inspelen op wisselende omstandigheden: zich goed kunnen aanpassen aan wisselende werkroosters;
- verantwoordelijkheid nemen: gegevens doorspelen die noodzakelijk zijn voor een vlot verloop en de afhandeling van verkooptaken;
- deskundig werken: bereid zijn zich geregeld bij te scholen en openstaan voor vernieuwingen.

AD 3 Leerlingen werken aan de volgende attitudes i.f.v. de latere beroepsuitoefening als verkoopmedewerker:

- accuraat en stipt werken: binnen de voorgeschreven tijd een logistieke opdracht, volgens een procedure, nauwkeurig voltooien;
- flexibel zijn: zich aanpassen aan wisselende werkomstandigheden en bereid zijn om oplossingen te zoeken voor onvoorziene problemen;
- zin voor samenwerking hebben: in een gemeenschappelijke ploeg aan een taak kunnen werken;
- stressbestendig zijn: goed omgaan met deadlines;
- deskundig werken: bereid zijn zich geregeld bij te scholen en openstaan voor vernieuwingen.

6.2 Leerplandoelstellingen

6.2.1 Doelstellingen zakelijke communicatie

De leerling kan

- 1 Zakelijke communicatie omschrijven en toetsen aan allerlei vormen van formele en informele communicatie, mondelinge en schriftelijke communicatie, interne en externe communicatie, verbale en non-verbale communicatie.
- 2 Vanuit het communicatiemodel, zender, ontvanger, boodschap, medium, effect, kanaal, omgaan met toenemende complexiteit ("afstand": verwerkingsniveaus, publiek, taalsteun) een communicatieve situatie aanpakken.
- 3 Een geschikt medium kiezen in verschillende communicatieve situaties.
- 4 Omschrijven waaruit *effectieve* en *efficiënte* communicatie bestaat en enkele voorbeelden geven.
- 5 Evaluatiecriteria voor effectieve communicatie toelichten, ontdekken in voorbeeldteksten en die criteria zelf toepassen, onder meer door gebruik te maken van observatie- en beoordelings-schema's.
- 6 In elke situatie *klantvriendelijk* communiceren met aandacht voor omgangsvormen, etiquette, tactvol optreden, positief taalgebruik, register, toon.

6.2.2 Doelstellingen mondelinge communicatie

De leerling kan

- 7 Op basis van concrete situatieschetsen tweegesprekken voorbereiden en op een zakelijke wijze voeren:
 - a. observeren van lichaamstaal en non-verbale boodschap bij klanten en zichzelf;
 - b. omgaan met klanten in moeilijke omstandigheden: onverwachte en stresssituaties;
 - c. inzicht in stijlverschillen en gevoelswaarde in taal;
 - d. lezen en begrijpen van communicatieboodschappen van anderen;
 - e. de communicatie openhouden met respect voor de eigen belangen en die van de anderen;
 - f. spreekgedrag gepast inzetten: stem als communicatiemiddel;
 - g. basisprincipes voor interculturele communicatie toepassen;
 - h. verkoopgesprekken voeren;
 - i. inlichtingen geven en verkopen zoals bij het onthaal van klanten, vertegenwoordigers of leveranciers;
 - j. reservatiegesprekken en afspraken maken;
 - k. klachtenbehandeling: telefonisch en aan balie;
 - l. een verkoopgesprek starten met een consument, suggesties geven en afronden;
 - m. een functioneringsgesprek voeren;
 - n. deelnemen aan een evaluatiegesprek.
- 8 Begrippen empathie en assertiviteit verduidelijken aan de hand van voorbeelden.
- 9 Groepsgesprekken voeren als deelnemer:
 - zoals bij een werkoverleg.
- 10 Basisprincipes van interculturele communicatie inzetten:
 - elementen in de omgang met mensen van een andere cultuur, non-verbale communicatie, houding tegenover tijd, humor, etiquette, ruimte, autoriteit en taal.
- 11 Bij het plannen en uitvoeren van de taken gebruik maken van de OVUR-strategie.

6.2.3 Doelstellingen schriftelijke communicatie: correspondentie, informatie en organisatie

De leerling kan

- 12 De keuze en de geschiktheid van verschillende soorten zakelijke teksten bepalen en vastleggen met aandacht voor inhoudelijke en vormelementen ervan (genreanalyse):
 - verslag, rapport, dienstnota, advertentie, handelscorrespondentie.
- 13 De Belgische en internationale conventies, normen (NBN-normen) en afspraken, correct toepassen binnen de huisstijl en de bedrijfscultuur van een bedrijf of organisatie.

- 14** Een tekst opstellen volgens de specifieke vereisten van het gekozen medium:
- formulieren,
 - advertenties,
 - elektronische post,
 - intranet- of internetpagina.
- 15** Op basis van een concrete situatieschets en gegevens over het doel, de lezer en de schrijver, een tekstschema opmaken en gebruiken bij:
- een bestelling,
 - een bevestiging van een afspraak, een overeenkomst, een reservatie ...,
 - het geven van informatie over een product of een dienst,
 - het geven van informatie over (de gevolgen van) een maatregel,
 - het vragen naar informatie: offerte, prijslijst, catalogus, vertegenwoordiger ...
- 16** Informatie ontvangen, op het juiste moment doorgeven en op aanwijzing opzoeken:
- telefonische berichten,
 - basisregels voor klantvriendelijke telefoongesprekken,
 - memo's,
 - noteertechnieken.
- 17** Instructieve teksten en voorlichtingsteksten lezen, analyseren en gebruiken:
- gebruiksaanwijzingen en handleidingen,
 - richtlijnen zoals evacuatieplannen,
 - reglementen,
 - korte administratieve boodschappen zoals een bijbestelling.
- 18** Op basis van correcties en commentaar teksten bewerken en opstellen in winkelsituaties.
- 19** Toepassen van het communicatiemodel om klantgericht (= ontvanger) te formuleren (= schrijven, maar ook spreken, bv. in een telefoongesprek) met de nodige aandacht voor boodschap en effect.
- 20** Bij het plannen en uitvoeren van de taken gebruik maken van de OVUR-strategie.

7 Minimale materiële vereisten

Belangrijk is dat leerlingen kunnen functioneren in een krachtige leeromgeving, die aangepast is aan de moderne didactiek.

7.1 Klaslokalen met verplaatsbaar meubilair

In de klassen zijn voldoende middelen beschikbaar om het leerplan naar behoren te realiseren.

Nodig:

- voldoende ruim klaslokaal;
- verplaatsbare tafels en stoelen;
- prikbord.

7.2 Een multimediaal lokaal

Nodig:

- (digitaal) bord;
- bord, scherm en projectiemogelijkheid,
- klassieke en digitale leermiddelen:
 - klassieke referentiewerken;
 - voldoende pc's met internetaansluiting geïntegreerd in het lokaal;
- snel bereikbare audiovisuele middelen: pc en/of tv met dvd en/of cd-speler.

Wenselijk

- audiovisuele middelen in elk klaslokaal;
- videocamera;
- laptop met beamer.

7.3 Ruimtes om individueel en in groep te werken

Deze bevinden zich in de buurt van het andere lokaal om het begeleid zelfstandig werken en leren te ondersteunen, bv. in een goed uitgeruste mediatheek / openleercentrum.

8 Pedagogisch-didactische wenken

8.1 Algemeen

- Het verdient aanbeveling dat in het eerste en tweede leerjaar van de derde graad eenzelfde leraar het vak Zakelijke communicatie Nederlands geeft. Omdat de klemtoon duidelijk ligt op het actief aanleren van communicatieve vaardigheden, heeft de leraar bij voorkeur een talenopleiding gevolgd.
- De leraar zakelijke communicatie kan zelf bepalen wanneer hij wat behandelt, maar altijd in overleg met de collega's.
- Voor leerlingen Verkoop staat communiceren met klanten in bedrijfs- en vooral in verkoopsituaties centraal. Deze werksituaties zullen zich hoofdzakelijk situeren in winkels of groothandel. Het is in dit vak Zakelijke communicatie dan ook erg belangrijk dat zij de attitude ontwikkelen om te reflecteren op zichzelf en dat zij leren rekening te houden met allerlei afspraken, normen en conventies. We bouwen hiervoor in de derde graad verder op de verworven kennis uit de tweede graad.
- In alle communicatieve toepassingen houden we rekening met de graad van verantwoordelijkheid en complexiteit. Dit betekent dat voor een leerling “Verkoop” zowel de autonomie in de uitvoering van het werk als in het nemen van beslissingen zeer beperkt is. De invloed op de werkverdeling wordt door anderen bepaald. De verkoopmedewerker is wel verantwoordelijk tegenover de klant. Hij is zich bewust van de nood om vrij zelfstandig te kunnen optreden in de context van zijn taak en van de beperktheid van zijn beslissingsmacht. Hij moet de klant correcte info kunnen doorgeven, info kunnen opzoeken ... De planning en coördinatie van de eigen werkzaamheden blijft beperkt tot zichzelf.

Wat de complexiteit betreft, wordt er redelijk veel routinematig werk verricht. Informatie wordt ontvangen, en op aanwijzing uit- en opgezocht en doorgegeven. Deze leerlingen moeten zakelijke teksten die voor hen geschikt en relevant zijn, kennen, gebruiken en evalueren aan de hand van duidelijke criteria voor effectieve communicatie.

8.2 De OVUR-strategie

- Voor alle communicatiesituaties volgen we de OVUR-strategie:
 - oriënteren;
 - voorbereiden;
 - uitvoeren;
 - reflecteren.

In de eerste fase oriënteert de leraar de leerlingen op de taak door bijvoorbeeld een situatieschets, een tekst, een gesprek, audiovisueel materiaal. Tijdens de voorbereiding krijgen ze inzicht in de taak die ze moeten uitvoeren en bereiden ze zich zo goed mogelijk voor. De aard van de taak en de situatie bepalen de uitvoering. De leraren kunnen kiezen uit een aanbod van strategieën en werkvormen. Bij bepaalde taken kunnen de leerlingen de anderen ook observeren. Die observaties vormen de basis voor reflectie. Observatie- en beoordelingsschema's zijn hulpmiddelen om leerlingen te laten verwoorden wat ze hebben gezien.

8.3 Wenken bij de algemene doelen

- Bij de 'algemene doelstellingen' werd al gesteld dat in het bso de nadruk ligt op de praktijkgerichtheid en op het uitvoerend communicatieve aspect. De leraar zal bij het opstellen van de lesdoelen zich voortdurend bevragen of ze aan deze algemene doelstelling beantwoorden.
- De benadering van de bso-leerling vraagt voor de klassenpraktijk specifieke aandachtspunten:
 - Werk met voldoende kleine stappen (afhankelijk van wat de leerlingen aankunnen).
 - Structureer de aangeboden leerinhouden zeer duidelijk, zowel bij het gebruik van het bord als bij het gebruik van cursussen en notities.
 - Werk met authentiek materiaal uit de wereld van bedrijven en/of organisaties.
 - Oefen eerst deelvaardigheden in voor je werkt met globaal tekstmateriaal.
 - Vertrek van eenvoudige gevalstudies en voer de complexiteit geleidelijk op.
- Laat leerlingen veel oefenen aan de hand van modellen; het automatisme wordt hierdoor bevorderd. Het zal evenwel door veelvuldig gebruik in het latere beroepsleven echt verworven worden.
- Recente tendensen en ontwikkelingen (normen, conventies, hulpmiddelen ...) moeten voldoende aan bod komen. Daarom is het belangrijk dat vakleraren de kans krijgen om zich te informeren over nieuwe ontwikkelingen of werkvormen die verband houden met de zakelijke communicatie.
- *Efficiënt*: doelmatig, nuttig effect hebbend, doeltreffend op de meest economische manier (de goede dingen goed doen)
Effectief: doeltreffend, (de goede dingen doen)
Iemand kan *effectief*, doeltreffend, werken, maar daarom niet altijd *efficiënt*, op de verstandigste, nuttigste of zuinigste manier
- *Klantvriendelijk*: hierin wordt 'klant' ruimer gezien dan een koper. Ook een bezoeker is een klant.

8.4 Wenken bij de mondelinge communicatie

- Voor leerlingen "Verkoop" staat communiceren met de klant uiteraard centraal, hoewel zakelijke contacten met collega's over werkafspraken, info doorgeven, taakverdeling ... ook een belangrijk aspect vormen. Het is in "Zakelijke communicatie" dan ook erg belangrijk dat de leerling de attitude aanleert om te reflecteren op zichzelf, dat hij inzicht heeft in het eigen functioneren met sterkte- en zwakteanalyse (functionerings- en evaluatiegesprekken). Daarnaast dient hij rekening te (leren) houden met de sociale normen en conventies. We bouwen hiervoor in de derde graad verder op de verworven kennis en de vaardigheden uit de tweede graad. Leerlingen in een winkel of groothandel moeten in al de communicatieve werksituaties hun verantwoordelijkheid, autonomie en beslissingsbevoegdheid terdege kennen. Ze moeten zich bewust zijn van hun verantwoordelijkheid tegenover de klant, van de nood om vrij zelfstandig te kunnen optreden in de context van hun taak en van de beperktheid van hun beslissingsmacht. Verder moeten verkoopmedewerkers in staat zijn eigen werk te plannen en te coördineren. Bovendien moeten zij de klant correcte informatie kunnen doorgeven, info kunnen opzoeken enz.

Van verkopers wordt immers algemene productkennis verwacht. Ze moeten in staat zijn aangeboden kennis (chef, collega) te integreren in hun communicatie naar de klant. De complexiteit van het werk zal voor deze leerlingen vrij beperkt blijven, maar flexibiliteit zal daarbij een belangrijke attitude zijn omdat de "standaardklant" niet bestaat. Deze leerlingen moeten zakelijke teksten die voor hen geschikt en relevant zijn, gebruiken en evalueren aan de hand van

duidelijke criteria voor effectieve communicatie. Het vak Zakelijke communicatie Nederlands kan niet los worden gezien van de specifieke vakken van de richting Verkoop. Er is bijgevolg absoluut overleg nodig tussen de betrokken leraren voor wat de voorkennis (beginsituatie), de overeenkomstige leerinhouden, de gestelde eisen en de werkmethodes betreft.

- Mondeling communiceren is het belangrijkste deel voor een studierichting Verkoop. Het gaat om het toepassen van gespreksconventies in natuurlijke verkoopsituaties, met aandacht voor gespreksregels en aangepast taalgebruik waarbij taalregister, gevoelswaarde en zinswendingen de nodige aandacht krijgen. Complexe mondelinge opdrachten zijn weinig zinvol. Wel moet er voldoende flexibiliteit aanwezig zijn, bijvoorbeeld in het omgaan met (moeilijke) klanten in uitzonderlijke omstandigheden (zoals winkeldiefstal, onwel worden van klanten, een vreemdeling die je niet verstaat, een ongeduldige klant, ...). Daarvoor is observatie van lichaamstaal een belangrijk onderdeel om met klanten te leren omgaan. Ook het spreekgedrag verdient voldoende aandacht. De stem is een communicatiemiddel dat gepast en correct moet worden gebruikt. Het is niet de bedoeling om theoretische lessen te geven over de werking van de stem of de vorming van klanken, maar wel "gezond" praten te oefenen in relevante situaties.
- Voor wat betreft interculturele communicatie spreekt het voor zich dat deze lessen vooral bepaald worden door de regio waarin de school zich bevindt.
- Het is het best dat deze deelvaardigheden eerst aan bod komen om later totaalvaardigheden in reële situaties toe te passen, indien mogelijk in samenspraak met andere vakken. Taalvaardigheden worden trouwens meestal geïntegreerd aangeboden.
- Ten slotte werken bedrijven en overheidsinstanties meermaals met functioneringsgesprekken en evaluatiegesprekken. Dit mag onze leerlingen niet afschrikken. Op een eenvoudige manier kunnen zij hiermee vertrouwd worden gemaakt. Ook in schoolsituaties vinden er voortdurend begeleidend en evaluerende gesprekken plaats.
- Nieuwe tendensen en ontwikkelingen (normen, conventies, hulpmiddelen ...) kunnen altijd aan bod komen.

8.5 Wenken bij de schriftelijke communicatie

- Ook de schriftelijke communicatie mag niet uit het oog worden verloren. Mededelingen doorgeven (bestellingen ...) en het opvolgen van instructies komen dagelijks voor. Meestal zijn het heel korte teksten die de winkelbediende of verkoopmedewerker moet noteren of doorgeven. In veel winkels wordt er gebruik gemaakt van computers en Internet om promotie te maken of bestellingen te ontvangen. Die internet- of intranetpagina's moeten dan ook regelmatig worden aangepast.
- Telefoneren hoort bij het ontvangen van informatie, op het juiste moment doorgeven en op aanwijzing opzoeken. De nadruk ligt hier op het communicatieve aspect, waarbij noteertechnieken en het schrijven van memo's de nodige aandacht moeten krijgen. Om overlappingsen te vermijden, wordt het best overleg gepleegd met collega's van de specifieke vakken, met de leraar pav of Nederlands.
- Bij het aanbrengen van het communicatiemodel gaat het niet om het schema op zich dat leerlingen moeten kennen, maar om de **toepassingen** waarmee ze de boodschap beter tot zijn recht laten komen bij de ontvanger. Daarbij maken leerlingen kennis met het onderscheid tussen formeel / zakelijk en informeel taalgebruik afhankelijk van de situatie, zonder dat zij deze termen daarom moeten kennen. Het is belangrijk dat zij zich bewust worden dat stijl en formulering invloed hebben op het effect van de boodschap bij de klant. De leerling stelt zich de vraag waarom de ene boodschap wel aansluit bij de klant en de andere minder of helemaal niet. Daarbij kan het communicatiemodel een **hulpmiddel** zijn, geen doel op zich.

- Veel winkelbedienden komen in contact met diverse soorten richtlijnen en reglementen, gebruiksaanwijzingen en handleidingen. Dit is een goede gelegenheid om aandacht te schenken aan leesvaardigheid en verruiming van woordenschat door de context. Als de situatie er zich toe leent, mag er trouwens steeds gewerkt worden aan een ruimere taalkennis en een correcte taalbeheersing.
- Het opvolgen van instructies komt dagelijks voor. De leerlingen zouden dergelijke teksten moeten kunnen lezen en gebruiken. Het gebruik ervan heeft betrekking op ofwel de uitvoering van een richtlijn ofwel op korte teksten die de verkoopmedewerker zelf zal moeten uitwerken. Dit is een goede gelegenheid om aandacht te schenken aan leesvaardigheid en verruiming van woordenschat door de context. Als de situatie er zich toe leent, mag er trouwens altijd gewerkt worden aan een ruimere taalkennis en een correcte taalbeheersing. Dit past perfect bij het werken aan een taalbeleid op school.
- Uiteraard gelden minimumvaardigheden die alle leerlingen moeten verwerven. Leerlingen die echter een hogere moeilijkheidsgraad aankunnen, moeten hiertoe ook worden gestimuleerd. Het is vanzelfsprekend dat nieuwe tendensen, technieken en ontwikkelingen steeds aan bod kunnen komen.
- Het leerplan legt een grote nadruk op het werken met **tekstschema's**. Dit is geen eenvoudige zaak. Een mogelijke aanpak is de volgende:
 - De leerlingen stellen in hun schrift een schema op vertrekkend van de aangeboden gegevens. Er is geen goed of slecht schema.
 - Via een geleid klassengesprek komt men tot een modelschema dat op het bord verschijnt.
 - De leerlingen vergelijken individueel het modelschema met het eigen schema.
 - Herhaal deze techniek geregeld.
 - Deze techniek kan worden afgewisseld met de omgekeerde weg. Vanuit een modeltekst wordt een schema afgeleid.
- De NBN-norm (vroeger BIN-norm) NBN Z 01-002 is integraal van toepassing.

8.6 Differentiëren

- Uiteraard gelden minimumvaardigheden die alle leerlingen moeten verwerven. Leerlingen die echter een hogere moeilijkheidsgraad aankunnen, moeten hiertoe ook worden gestimuleerd. Hier krijgt de leraar de kans om te differentiëren. De leraar kan differentiëren in:
 - tempo: zwakkere lezers meer tijd geven ...
 - aanbod: luistermateriaal aanbieden dat verschilt in lengte en structuur ...
 - vragen en opdrachten: uitbreidings- en verdiepingsopdrachten voorzien voor sterkere sprekers ...
 - ondersteuning: schrijfkaders aanreiken aan zwakkere schrijvers ...
 - werkvormen: begeleid zelfstandig leren, partnerwerk, groepswerk, coöperatief leren
 - evaluatie: criteria expliciteren ...
- Omgaan met complexiteit: de complexiteit van taaltaken wordt bepaald door:
 - **De afstand:**
 - het gebruiken van taal in communicatieve situaties wordt moeilijker naarmate er sprake is van een grotere afstand.

- **De communicatieve situatie:**
 - mate van formaliteit in de communicatie; hoe formeler, hoe lastiger, want de leerling staat verder af van formeel taalgebruik, omdat dat niet zijn dagelijks taalgebruik is.
- **Het onderwerp van communicatie:**
 - mate van *voorkennis* van de taalgebruikers van het onderwerp van communicatie: hoe meer kennis, hoe makkelijker,
 - de *moeilijkheidsgraad* van het onderwerp waarover gecommuniceerd wordt: hoe abstracter, hoe moeilijker,
 - mate van *betrokkenheid* van de taalgebruikers bij het onderwerp van communicatie: hoe betrokkener, hoe makkelijker.
- **De aard van de opdracht situatie:**
 - mate van *zelfstandigheid* waarmee taalgebruikers taaltaken uitvoeren: hoe minder hulp, hoe moeilijker,
 - de *aard* van de opdracht die de leraar geeft bij het uitvoeren van taaltaken op school en de *lengte* van de tekst die aangeboden of gevraagd wordt. Hoe korter de tekst is, hoe minder complex de taalkaak in het algemeen zal zijn. Bij schrijven bijvoorbeeld is het voor taalgebruikers vaak moeilijk beknopt te zijn; ze schrijven maar door en door en produceren gemakkelijk een lange tekst. Anderzijds kan het stellen van lengte-eisen verlamvend werken.
- **De reflectie van de taalgebruiker:**
 - mate waarin en het niveau waarop taalgebruikers (kunnen) reflecteren op de communicatieve situatie en het verloop van de communicatie en het resultaat ervan. Kinderen ontwikkelen hun taal door deze taal actief te gebruiken en te reflecteren op de taal en het taalgebruik. Naarmate kinderen verder zijn in hun ontwikkeling, zijn zij meer in staat afstand te nemen van hun eigen taalgebruik en het te beschouwen vanuit het perspectief van de functie ervan (met welk doel spreek, luister, lees, schrijf ik) en van het beoogde publiek ervan. Het niveau van reflecteren heeft ook te maken met de complexiteit van hetgeen waarop gereflecteerd wordt. Het beschouwen van het woordgebruik in een tekst is doorgaans eenvoudiger (want makkelijker concreet waarneembaar) dan het beschouwen van een structuur van een tekst.

Naar: <http://www.minocw.nl/documenten>

8.7 De gip

In het tweede leerjaar van de derde graad van het beroepssecundair onderwijs is de organisatie van een geïntegreerde proef reglementair verplicht. Het algemeen kader daarvoor wordt toegelicht in een VVKSO-Mededeling die u via de directie kunt bekomen.

- De proef slaat voornamelijk op de vakken van het specifiek gedeelte. Het vak Zakelijke communicatie Nederlands kan hier een essentiële bijdrage leveren. Aspecten van de mondelinge en schriftelijke communicatie die noodzakelijk zijn bij de uitwerking komen hier aan bod (bv. tweegesprekken voeren, schrijven van zakelijke teksten).

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.

Het document met specifieke gegevens voor de studierichting is te raadplegen op de website www.vvksso.be via de ingang lessentabellen > 3de graad > bso > Verkoop.

8.8 Evaluatie

Omdat schriftelijke en mondelinge vaardigheden actief en communicatief moeten worden inge oefend, is permanente evaluatie wenselijk. Permanent betekent dat de leerlingen bij elke taak feedback krijgen zodat ze hun vorderingen ook zelf kunnen volgen.

Evaluatie van taalvaardigheden kan niet zonder vooropgestelde criteria die vooraf toegelicht worden. Observatie- en beoordelingsschema's kunnen de leerlingen stimuleren om zichzelf beter te leren kennen. Zo verzamelen zowel leerlingen als leraar gegevens over de vorderingen tijdens het leerproces. Begeleidende gesprekken, studieplanners, observeren van beeldopnamen zijn middelen om het leerproces van de leerlingen op te volgen. Het is belangrijk dat er voldoende feedback wordt gegeven aan de leerlingen over hun evolutie.

Mondelinge taalvaardigheden kunnen worden geëvalueerd door een begeleide observatie van eenvoudige opnameapparatuur.

☞ Leerplannen van het VVKSO zijn het werk van leerplancommissies, waarin begeleiders, leraren en eventueel externe deskundigen samenwerken.

Op het voorliggende leerplan kunt u als leraar ook reageren en uw opmerkingen, zowel positief als negatief, aan de leerplancommissie meedelen via e-mail (leerplannen.vvksso@vsko.be).

Vergeet niet te vermelden over welk leerplan u schrijft: vak, studierichting, graad, nummer. Langs dezelfde weg kunt u zich ook aanmelden om lid te worden van een leerplancommissie. In beide gevallen zal de coördinatieceel leerplannen zo snel mogelijk op uw schrijven reageren.

9 Bibliografie

Ad Rem, Tijdschrift voor zakelijke communicatie, VVZC, Kluwer.

BRAET, A. (red.), *Taalbeheersing als communicatiewetenschap*, Coutinho, 2000.

HOUTKOOP, H., & KOOLE T., *Taal in actie. Hoe mensen communiceren in taal*, Coutinho, 2000.

JANSSEN, D. (red), *Zakelijke Communicatie I en II*, Wolters-Noordhoff, Groningen, 2007.

KORSWAGEN, C.J.J., *Drieluik Mondelinge Communicatie: Unilaterale-Bilaterale-Multilaterale Communicatie*, Bohn Stafleu Van Loghum, Houten 1994.

PINTO, D., *Interculturele communicatie*, Bohn Stafleu Van Loghum, Houten/Antwerpen, 1990.

SAS, P., DE CLERCQ, C., *Als je veel moet praten*, Stempedagogiek, Garant, Leuven-Apeldoorn, 1991.

SPRINGORUM, D., *Strategisch communiceren: interactiestrategieën in het taalverkeer*, Wolters-Noordhoff, Groningen, 2003.

STEEHOUDER, M.F., e.a., *Leren Communiceren*, Wolters Noordhoff, Groningen, 2006.

STEEHOUDER, M.F., SCHELLENS, P.J., *Tekstanalyse, methoden en toepassingen redactie*, Van Gorcum, Assen, 2008.

Stijlboeken

Nogal wat kranten publiceren stijlboeken, oorspronkelijk bedoeld als 'taaladviesboeken' voor de leden van de redactie met aandacht voor journalistieke genres, schrijfstijl, vormgeving, Standaardnederlands, zinsbouw, woordgebruik en spelling. Ze zijn ook interessant voor wie aan taalzorg werkt. We citeren er een drietal.

HENDRICKX, R., *Stijlboek VRT*, Praktijkgids, Van Dale, 2003.

PERMENTIER, L., *Stijlboek*, De Standaard, Roularta Books, 2003.

VAN GESSEL, H., *Stijlboek*, de Volkskrant, 2002.

Url's

We geven er ons rekenschap van dat het riskant is websites in een publicatie op te nemen. Toch wagen we het erop met url waarvan je geredelijk kan verwachten dat ze niet snel veranderen. Maar dat is allerm minst een garantie dat het niet gebeurt.

Actualiteit – Informatiebronnen

www.kranten.com – krantenkoppen

www.mediargus.be – met één druk zoek je in verschillende kranten tegelijk – enkel met betaling toegang tot volledige site; abonnement voor 8 tot 15 kranten/tijdschriften (afhankelijk van abonnementsvorm)

sites van andere kranten en tijdschriften: Knack, Trends, ...

<http://www.vvzc.be/>