



Leerplan

AFDELING

Bedrijfsbeleid

HOKTSP
Modulair

Categorie
Economisch

Vervangt leerplannummer 04-05/1317/G

QuickTime™ and a
TIFF (LZW) decompressor
are needed to see this picture.

INHOUDSOPGAVE

ALGEMEEN DEEL	5
1.1 DOELGROEP	5
1.2 BEROEPSPROFIEL	5
1.3 BEGINSITUATIE.....	5
1.4 ALGEMENE DOELSTELLINGEN.....	6
MODULE A: ALGEMEEN BEDRIJFSBELEID 360 LT	7
1.5 BEDRIJFSPSYCHOLOGIE TV 120 LT (40 WEKEN 3 LESTIJDEN/WEEK) 7309	7
1.5.1 Eenheden	7
1.5.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen.....	7
1.5.3 Methodologische wenken.....	8
1.5.4 Evaluatie	8
1.5.5 Bibliografie.....	8
1.6 BEDRIJFSORGANISATIE TV 120 LT (40 WEKEN 3 LESTIJDEN/WEEK) 7310.....	9
1.6.1 Eenheden	9
1.6.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen.....	9
1.6.3 Methodologische wenken.....	10
1.6.4 Evaluatie	10
1.6.5 Bibliografie.....	10
1.7 STRATEGIE TV 120 LT (40 WEKEN – 3 LESTIJDEN/WEEK) 7311	11
1.7.1 Eenheden	11
1.7.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen.....	11
1.7.3 Methodologische wenken.....	12
1.7.4 Evaluatie	12
1.7.5 Bibliografie.....	12
2 MODULE B SPECIFIEK BEDRIJFSBELEID 360 LT	13
2.1 MARKETING TV 120 LT (40 WEKEN – 3 LESTIJDEN/WEEK) 7312.....	13
2.1.1 Eenheden	13
2.1.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen.....	13
2.1.3 Methodologische wenken.....	14
2.1.4 Evaluatie	15
2.1.5 Bibliografie.....	15
2.2 KWALITEITSZORG TV 120 LT (40 WEKEN – 3 LESTIJDEN/WEEK) 7313.....	15
2.2.1 Eenheden	15
2.2.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen.....	15
2.2.3 Methodologische wenken.....	17
2.2.4 Evaluatie	17
2.2.5 Bibliografie.....	17
2.3 BEDRIJFSECONOMIE TV 120 LT (40 WEKEN – 3 LESTIJDEN/WEEK) 7314.....	17
2.3.1 Eenheden	17
2.3.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen.....	17
2.3.3 Methodologische wenken.....	18
2.3.4 Evaluatie	18
2.3.5 Bibliografie.....	19
3 COMMUNICATIE	19
3.1 COMMUNICATIE TV 120 LT (40 WEKEN – 3 LESTIJDEN/WEEK) 7315	19
3.1.1 Eenheden	19
3.1.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen.....	19
3.1.3 Methodologische wenken.....	21
3.1.4 Evaluatie	21
3.1.5 Bibliografie.....	21
3.2 NEGOTIËREN TV 120 LT (40 WEKEN – 3 LESTIJDEN/WEEK) 7316	21
3.2.1 Eenheden	21
3.2.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen.....	22
3.2.3 Methodologische wenken.....	23
3.2.4 Evaluatie	23

3.2.5	<i>Bibliografie</i>	23
3.3	BEDRIJFSECONOMISCHE INFORMATICA TV 120 LT (40 WEKEN – 3 LESTIJDEN/WEEK) – 7317	23
3.3.1	<i>Eenheden</i>	23
3.3.2	<i>Leerinhouden en leerplandoelstellingen</i>	24
3.3.3	<i>Methodologische wenken</i>	30
3.3.4	<i>Evaluatie</i>	30
3.3.5	<i>Bibliografie</i>	31
4	VERANTWOORDING EN TOELICHTING	33
5	METHODOLOGISCHE WENKEN	33
6	EVALUATIE	33
7	BIBLIOGRAFIE	33

ALGEMEEN DEEL

Studieduur:

- Negen modules van ieder 120 lestijden/jaar of 1080 lestijden voor de volledige opleiding.
- Daar de opleiding modulair is, kan de cursist zijn diploma stapsgewijs verwerven.
- De negen attesten van de modules kunnen ingeruild worden voor het diploma van HOSP Bedrijfsbeleid.

1.1 Doelgroep

Wij willen proberen de opleiding af te stemmen op personen met een profiel dat optimaal voldoet aan de eisen van het bedrijfsleven.

Profielbeschrijving: een bediende, midden- of hoger kaderlid, of een zelfstandige bedrijfsleider, die:

- in staat is verbanden te leggen tussen de verschillende afdelingen in de organisatie;
- inzicht heeft in de sociale, psychologische, economische, commerciële, internationale en technologische invloeden op zijn/haar beroepsactiviteiten;
- inzicht heeft in hedendaagse kwaliteitsbeheersing en -controle;
- in staat is op een strategische manier te denken, te communiceren en te handelen ten bate van alle interne en externe belanghebbenden van zijn/haar organisatie.

1.2 Beroepsprofiel

Deze manager zal beschikken over:

- een voldoende economische en marketing achtergrond;
- scherp psychologisch inzicht;
- goede communicatievaardigheden (spreken, onderhandelen, vergaderen, presenteren, telefoneren);
- beslissingsvaardigheid;
- strategisch inzicht en tactische vaardigheden;
- efficiëntie- en effectiviteitgerichtheid.

1.3 Beginsituatie

Voorkennis en bekwaamheid bezitten equivalent aan een diploma secundair onderwijs volledig leerplan ASO/TSO/KSO/BSO.

1.4 Algemene doelstellingen

- Verwerven van kennis en inzicht in de werking van een professionele organisatie en haar afdelingen.
- Kennis hebben van en vaardig kunnen omgaan met organisatiegerichte tactieken en technieken binnen het kader van bewust gekozen strategische opties.
- Probleemgebieden kunnen onderscheiden, problemen kunnen analyseren en kunnen refereren naar de verschillende gespecialiseerde vakken.
- Inzicht verwerven in en praktisch kunnen handelen naar de heden best bevonden principes van bedrijfsbeleid.
- Zelfstandig weloverwogen en beargumenteerde beslissingen kunnen nemen en/of voldoende onderlegd zijn in het zoeken en vinden van de daartoe benodigde informatie en kennis.
- Creatieve associaties kunnen maken van de gekende managementtactieken, aangepast aan de concrete probleemsituaties in een organisatie.
- Kennen en gebruiken van de vele mogelijkheden die geboden worden door de hedendaagse marketing, communicatiewetenschappen, psychologie, economie, bedrijfskunde, kwaliteitsmanagement, informatica en strategisch management.
- Vaardig kunnen omgaan met en inzichtelijk beheersen van de strategieën, tactieken en technieken die eigen zijn aan deze werkterreinen.
- Inzichtelijk beheersend en probleemoplossend kunnen optreden door een bedrijfsorganisatorisch, economisch en sociaal verantwoorde manier van denken en handelen, kortom een professionele houding.
- Bewaren van de rust en het aankweken van een analytische reflex. Het respecteren van de bedrijfsspecifieke denk- en handelswijzen en het gerelativeerd overleggen en reageren.
- Gedrevenheid om op de hoogte te blijven van de nieuwe trends en tendensen in het bedrijfsleven (daarbij geholpen door de aangeleerde criteria en aangescherpte gevoeligheid).
- Het kunnen beheersen van de lichaamshouding en verbale en non-verbale communicatie. De fysische aspecten van het eigen voorkomen én die van de concrete werksituatie kunnen aanpassen om zowel efficiënt als effectief te werken.

MODULE A: -ALGEMEEN BEDRIJFSBELEID 360 LT

1.5 BEDRIJFSPSYCHOLOGIE TV 120 It (40 weken 3 lestijden/week) 7309

Een eenheid loopt over maximaal 10 weken, 3 lestijden/week; module omvat 10 x 3 x 4 of 120 lestijden/jaar.

1.5.1 Eenheden

- Tijdsmanagement
- Doelgerichtheid en planmatig werken
- Controle verwerven over foutieve werkwijzen
- Conflicthantering en begeleiden van mensen

1.5.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

Tijdsmanagement

- mythen en misvattingen over tijdsmanagement
- invloed van de persoonlijkheidsstructuur op het tijdsbeheer
- zoeken naar 'tijdrovers'
- Weten hoe de hedendaagse tijdsbeheersingstactieken werken.

Doelgerichtheid en planmatig werken

- doelen en objectieven; prioriteit en belang
- de noodzaak van flexibiliteit en weerstanden tegen verandering
- de macht van de gewoonte: hoe herkennen en wegwerken, het gewoontecontrole-actieplan en effectiviteitstraining
- werken met schema's (actielijst, weekplanning, dagplanning, actieplanning, het tijdschema)
- plannen voor succes: zoeken naar het juiste evenwicht, de programma evaluatie en revisietechniek
- Op een overzichtelijke manier professionele doelstellingen kunnen formuleren.
- De eigen sterkten en zwakten m.b.t. tijdsbeheersing leren kennen en die leren relateren aan de eigen werkwijze.
- Een professionele planning kunnen opbouwen met inbegrip van een passende tijdsindeling.
- Succeselementen in een planning kunnen onderscheiden en evalueren.

Controle verwerven over foutieve werkwijzen

- zelfonderbrekingen en onderbrekingen door anderen (klanten, collega's, de baas)
- Verschillende valkuilen in administratieve werkzaamheden kunnen detecteren.
- Psychische remmingen kunnen

<ul style="list-style-type: none">– omgaan met papierwerk (dum- pen, dralen, delegeren, doen)– omgaan met lectuur (leesvaardig- heidstraining en effectiviteitverbe- tering)– omgaan met uitstelgedrag en per- fectionisme– hoe vergaderen en leidinggeven– verscherpen van besluitvaardig- heid– motivatietechnieken en interne communicatie	<ul style="list-style-type: none">– benoemen en bespreken (uitstel- gedrag, perfectionisme, besluit- vaardigheid, verstrooidheid, communicatie ...).– De eigen remmende gewoontes en flexibiliteit kunnen inschatten en weerstanden tegen verande- ring bespreekbaar kunnen ma- ken.
Conflicthantering en begeleiden van mensen	
<ul style="list-style-type: none">– stressmanagement– conflicthantering: modellen, dia- gnose en interventie– kritiek geven: voorbereiding, fa- sen en voeren van een gesprek	<ul style="list-style-type: none">– Conflicthantering rationeel kun- nen aanpakken.– Kritiekgesprekken kunnen voeren

1.5.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken:

- de cursisten worden gevraagd de werkmethoden op het eigen werkterrein toe te pas-
sen;
- onderwijsleergesprek: de moeilijkheden bij deze toepassingen worden open bespro-
ken;
- brainstorm;
- simulatiespel.

Didactische hulpmiddelen: werkschema's, evaluatieformulieren worden bij het onderdeel
tijdmanagement en doelgerichtheid ter beschikking gesteld.

1.5.4 Evaluatie

De permanente evaluatie gebeurt d.m.v. individuele praktische oefeningen (analyse van
teksten, diagnosticering m.b.t. psychologische structuren). De eindevaluatie gebeurt met de
schriftelijke analyse van, advisering en besluitvorming m.b.t. van een praktische gevalstudie.

1.5.5 Bibliografie

Mackenzie, R. Alec, *The Time Trap*.
Turtle, Peter & Hawkins, Kathleen L., *Time Management made easy*.
Von Grumbkow, J, Tijd in arbeid en organisatie.
Seiwert, Lothar J., *Maîtrisez votre temps*.
Peters, Het Peters-principe.
Compernelle, Stressmanagement.
Ries, Al & Trout, Jack, *Positionering*.
Deep, Sam & Sussman, Lyle, *Slimme zetten*.
De Bono, Edward, Zes actiestappers.

1.6 BEDRIJFSORGANISATIE

TV 120 It (40 weken 3 lestijden/week) 7310

Een eenheid loopt over maximaal 10 weken, 3 lestijden/week; module omvat 10 x 3 x 4 of 120 lestijden/jaar.

1.6.1 Eenheden

- Het managementproces
- De externe omgeving
- Organisatiestructuren en gevolgen
- Operationeel, logistiek, informatie- en kennismanagement

1.6.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

Het managementproces <ul style="list-style-type: none">– het klassieke managementproces: plannen, organiseren, leidinggeven en controleren– management- en organisatiehoofden– management en managers (soorten, niveaus, vaardigheden, rollen en uitdagingen)	<ul style="list-style-type: none">– Het managementproces in termen van plannen, organiseren, leidinggeven en controleren kunnen uitdrukken.– De eigen managementstijl kennen en weten waar zich trainingsbehoeften situeren.
De externe omgeving <ul style="list-style-type: none">– de directe omgeving en de belanghebbenden– de indirecte omgeving: sociale, economische en politieke factoren– sociale verantwoordelijkheid en ethiek– internationalisering: economische, politieke en technologische invloeden– culturele verschillen en hun invloed op de bedrijfsorganisatie– de zoektocht naar de gepaste internationale organisatievorm– ondernemerschap en soorten ondernemingen	<ul style="list-style-type: none">– De verschillende aspecten van bedrijfsorganisatie kunnen inschatten binnen de eigen werkomgeving (ethische verantwoordelijkheid, culturele flexibiliteit, ondernemerschap, taakverdeling, human resources management, veranderingsmanagement, informatie- en kennismanagement).
Organisatiestructuren en gevolgen <ul style="list-style-type: none">– formele en informele structuren– coördinatie en ontwerp	<ul style="list-style-type: none">– Een organisatiestructuur kunnen ontwaren en schriftelijk vastleggen en dit kunnen relateren aan

<ul style="list-style-type: none">– horizontale taakverdeling– de organisatiecultuur– gezag en delegeren: lijn- en staf-bevoegdheden– decentralisatie– ‘Human Resource Management’: werving en selectie, socialisatie, training en ontwikkeling, prestatiebeoordeling, promotie, ontslag, het strategisch belang van HRM– verandering en innovatie– effectieve controle en beheersing	<p>de aard van de bedrijfsactiviteiten en de fasen in het bedrijfsleven.</p> <ul style="list-style-type: none">– Een werkbaar evenwicht kunnen vinden tussen stabiliteit en structurering enerzijds en creativiteit en ondernemerschap anderzijds.
<p>Operationeel, logistiek, informatie- en kennismangement</p> <ul style="list-style-type: none">– operationeel management: aard, belang, opzetten, controle– logistiek management: aard, werkterreinen, toenemend belang– informatiemanagement: management informatie systemen (MIS), de rol van de computer, beheer en organisatie van netwerken– kennismanagement: kennissystemen en -technieken, het kennisproject en kennisorganisatie	<ul style="list-style-type: none">– Beschikken over de tools om een operationeel, logistiek, informatie- en kennismangement uit te bouwen.

1.6.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken:

- tijdens de lessen wordt gebruikgemaakt van gevalstudies m.b.t. elk hoofdstuk.; deze worden klassikaal behandeld;
- doceren;
- klasgesprek.

Didactische hulpmiddelen: gevalstudies.

1.6.4 Evaluatie

De permanente evaluatie gebeurt d.m.v. collectieve mondelingen praktijkgerichte oefeningen. De eindevaluatie gebeurt met de schriftelijke analyse van, advisering en besluitvorming m.b.t. een praktische gevalstudie .

1.6.5 Bibliografie

Stoner, James A. & Freeman, R. Edward, *Management*.
Buteneers, P. e.a., *Gids voor management en organisatie*.

1.7 STRATEGIE

TV 120 It (40 weken – 3 lestijden/week) 7311

Een eenheid loopt over maximaal 10 weken, 3 lestijden/week; module omvat 10 x 3 x 4 of 120 lestijden/jaar.

1.7.1 Eenheden

- Strategische doelen
- Strategische ontwikkeling van middelen
- Strategische verdeling van middelen
- De machtsstrategie en de wetenschappelijke strategie

1.7.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

<p>Strategische doelen</p> <ul style="list-style-type: none"> – soorten strategieën – strategie en manoeuvre; tactiek en techniek; strijdmiddelen en krachtbronnen – het opstellen van beleidsdoelen ('management by objectives') en taakomschrijving – quotastelling en verkoopbudgettering – het businessplan: verschillende stappen en documenten 	<ul style="list-style-type: none"> – Strategie binnen bedrijfsbeleid kunnen definiëren en verschillende soorten strategie kunnen onderscheiden en benoemen.
<p>Strategische ontwikkeling van middelen</p> <ul style="list-style-type: none"> – assortimentsbeleid – communicatie (geïntegreerde communicatieplanning, het reclameproces) – personeelsbeleid (rekrutering en selectie, competentie management, personeelmotivatie, functioneringsgesprekken) – opvolgen van offertes, kostprijsberekening, klantenontwikkeling – database- en loyalty-beheer – productinnovatie 	<ul style="list-style-type: none"> – Een businessplan kunnen interpreteren en opstellen in al zijn aspecten. – Zich de terminologie m.b.t. bedrijfsstrategie eigen maken en gebruiken in communicatie over bedrijfsbeleid. – De eigen werkomgeving kunnen interpreteren in termen van strategievorming.
<p>Strategische verdeling van middelen</p> <ul style="list-style-type: none"> – het commercieel beleid – distributiebeleid en dienst-na-verkoop – telebusiness 	<ul style="list-style-type: none"> – Een zekere afstand kunnen houden m.b.t. de dagelijkse praktijk van bedrijfsvoering en die vanuit strategisch standpunt kunnen belichten.

<ul style="list-style-type: none">– omgaan met verbruikers en concurrenten	
<p>De machtsstrategie en de wetenschappelijke strategie</p> <ul style="list-style-type: none">– de 48 wetten van de macht (houding t.o.v. meerderen, vrienden en vijanden, geheimen, zwijgen, reputatie opbouwen, afhankelijkheid, eerlijkheid, spionnen, onvoorspelbaarheid, onmacht, krachtenbundeling, efficiëntie, verandering, flexibiliteit, enz.)– de wetenschappelijke strategie: concurrentiestrategie (marktsignalen, concurrentieacties, structurele analyse binnen bedrijfstakken, competenties, bedrijfstakanalyse, defensieve en offensieve acties)	<ul style="list-style-type: none">– Weten hoe macht op een strategische manier gebruikt wordt en de (positieve en negatieve) kwaliteiten ervan kunnen beschrijven.– De inzichten en invloeden van de wetenschappelijke strategiebenadering kunnen herkennen en hun effecten kunnen inschatten.

1.7.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken:

- doceren;
- tekstanalyse;
- klasgesprek.

Didactische hulpmiddelen: vaktijdschriftartikels.

1.7.4 Evaluatie

De permanente evaluatie gebeurt d.m.v. de stapsgewijze opbouw van een eigen businessplan. De eindevaluatie gebeurt met de schriftelijke analyse van, advisering en besluitvorming m.b.t. een praktische gevalstudie.

1.7.5 Bibliografie

Mintzberg, Henry, *Strategievorming. Tien Scholen.*
Van Strydonck, René, *Businessplanning.*
Wing, R.L., *Het Tao van de Macht.*
Greene, Robert, *De 48 wetten van de macht.*

2 MODULE B SPECIFIEK BEDRIJFSBELEID 360 LT

2.1 MARKETING TV 120 lt (40 weken – 3 lestijden/week) 7312

Een eenheid loopt over maximaal 10 weken, 3 lestijden/week; module omvat 10 x 3 x 4 of 120 lestijden/jaar.

2.1.1 Eenheden

- Matrix-modellen en basisbegrippen in de marketing
- Marktsegmentatie
- Positionering
- Marketingplanning en –strategie

2.1.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

Matrix-modellen en basisbegrippen in de marketing <ul style="list-style-type: none">– de matrix met de 4 P's: product, plaats, prijs, promotie– de matrix met de 4 C's: customer, convenience, cost, communication– soorten klanten (consument of bedrijf, inkoper of aankoper, gebruiker of koper, particulier of organisatorisch)	<ul style="list-style-type: none">– De verschillende basiselementen van een marketingmix kennen en kunnen gebruiken.– De grondslagen, doelstellingen en invloed van marketing op bedrijfsvoering kennen.
Marktsegmentatie <ul style="list-style-type: none">– de koopcel en de verschillende rollen van klanten– trends in klantengedrag; criteria voor on-trend of off-trend zijn– nieuwe doelgroepen– klassieke segmentatiecriteria (demografisch, geografisch, psychologisch, socio-cultureel, voordeel, specifieke behoeften)– de motieven van de individuele klant: sociale, psychologische, persoonlijke en cognitieve factoren– de motieven van de industriële	<ul style="list-style-type: none">– Nieuwe en bestaande doelgroepen in het eigen werkkterrein kunnen benoemen en vinden.– Marketinggerelateerde trends in de eigen werkomgeving kunnen ontdekken en benoemen.– Weten wat de koopmotieven van klanten zijn en weten hoe ze te beïnvloeden.

<p>klant en het verband met de typologie van de bedrijven en de profielen van de aankopers</p>	
<p>Positionering</p> <ul style="list-style-type: none"> – de geschiedenis van het fenomeen ‘merk’ – wat is een merk? Het nieuwe merkartikel. – merkbekendheid, merken-voorkeur, merkpositionering, merkentrouw. Hoe meten we dit? – de symbool- en signaalwaarde van het merk: de merknaam, het merkteken, het merkbeeld 	<ul style="list-style-type: none"> – Weten hoe een merknaam tot stand komt.
<p>Marketingplanning en –strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> – productmarkt combinaties – concurrentieanalyse – portfolioanalyse – marktaantrekkelijkheid/bedrijfsaantrekkelijkheidsanalyse – sterkte-zwakte-kansen-bedreigingen analyse – het opmaken van een marketingplan – de strategische opties 	<ul style="list-style-type: none"> – Een overzichtelijke, realistische marketingplanning kunnen opmaken. – Een eerste aanzet kunnen geven voor het implementeren van de planning in de bedrijfsstrategie. – Vanuit een marketingstandpunt en met marketingwoordenschat bedrijfsvoering kunnen analyseren en bespreken.

2.1.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken:

- Doceren;
- onderwijsleergesprek: de cursisten krijgen na elk hoofdstuk praktijkgerichte oefeningen en gevalstudies;
- klasgesprek: deze oefeningen worden in groep opgelost en nadien klassikaal besproken;
- video’s bekijken.

Didactische hulpmiddelen:

- in de syllabus is een aparte katern voorzien met voorbeelden en illustraties;
- tijdens de lessen worden voorbeelden van marketingacties aangebracht.

2.1.4 Evaluatie

De permanente evaluatie gebeurt d.m.v. korte gezamenlijke mondelinge oplossing van vragen na elk hoofdstuk. De eindevaluatie gebeurt met de individuele schriftelijke bespreking van concrete marketingvraagstukken.

2.1.5 Bibliografie

Kotler, Philip, *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation and Control.*

Schiffman, Leon G., *Consumer Behavior.*

Popcorn, Faith, *The Popcorn Report + Clicking.*

Verhage, Bronislaw, *Inleiding tot de Marketing + Werkboek.*

Van Koon, C.R. & Ravensbergen, J.M., *Het marketingplan, een cyclische en interactieve methode voor de non-profitsector.*

2.2 KWALITEITSZORG TV 120 It (40 weken – 3 lestijden/week) 7313

Een eenheid loopt over maximaal 10 weken, 3 lestijden/week; module omvat 10 x 3 x 4 of 120 lestijden/jaar.

2.2.1 Eenheden

- Kwaliteit, management en beleid
- Kwaliteit en de klant
- Implementatie van kwaliteitsbeleid
- Certificatie

2.2.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

Kwaliteit, management en beleid <ul style="list-style-type: none">– kwaliteit volgens het klassieke en het nieuwe concept– kwaliteit doorheen de geschiedenis– de ISO-definities– productaansprakelijkheid– beleidsvorming en kwaliteit– soorten: product-, diensten-, communicatie- en management-kwaliteit.	<ul style="list-style-type: none">– Het kwaliteitsbegrip precies kunnen definiëren en onderscheiden van andere kwaliteitsgebonden begrippen.– Het verband tussen kwaliteitsmanagement en aansprakelijkheid kunnen weergeven.
Kwaliteit en de klant <ul style="list-style-type: none">– klanttevredenheid en diensten-kwaliteit– integraal kwaliteitsmanagement en de menselijke factor– de kostprijs van een ontevreden klant	<ul style="list-style-type: none">– Weten hoe kwaliteitsbeleid functioneert en hoe het fasegewijs in te voeren.– Een kwaliteitsgericht gedachtegoed ontwikkelen m.b.t. klachtenbehandeling, ontwikkeling van nieuwe producten en diensten ...

<ul style="list-style-type: none"> – soorten dienstverlening: technisch, functioneel, persoonsgebonden, organisatiegebonden – sterkte-zwakte-analyse en klanttevredenheidsanalyse – het ‘service quality’-model, ‘Management Quality Target’ (MQT), ‘Acceptable Quality Level’ (AQL) – klachtenbehandeling 	<ul style="list-style-type: none"> – Een verscherpt kwaliteitsbewustzijn ontwikkelen m.b.t. alle aspecten van product- en dienstlevering. – Een organisatie kunnen opdelen in processen en een processtroomschema kunnen opstellen.
<p>Implementatie van kwaliteitsbeleid</p> <ul style="list-style-type: none"> – beheerssystemen: rapporten, enquêtes, interviews en checklists – de organisatie en de processen – het processtroomschema – procesbeheersing en statistische technieken – ontwikkelingsstadia van kwaliteitsbeheersing – de filosofische grondslagen: de Mans- en Kaizen-filosofie – leiderschap en het Deming-wiel (plan, doe, controleer, ageer) – kwaliteitsverbeteringsmiddelen – managementpunten binnen Totale Kwaliteitszorg – projectplanning en het gebruik van de resources 	<ul style="list-style-type: none"> – Weten welke leiderschapsstijl past bij professioneel kwaliteitsmanagement. – Weten wat integraal kwaliteitsmanagement inhoudt.
<p>Certificatie</p> <ul style="list-style-type: none"> – de ISO-9000 familie en benchmarking – het meer-fasen project – voorzienbare problemen en weerstanden – soorten certificaten – de verschillende versies van de ISO-9000 familie – flow-charts, procedure-overzichten, werkinstructies – de kwaliteitsaudit – de gevolgen voor de dagelijkse en toekomstige werking 	<ul style="list-style-type: none"> – Weten hoe voor verschillende sectoren en bedrijfsactiviteiten de gepaste kwaliteitsnormen te vinden. – In staat zijn om op een menselijke manier kwaliteitsbewustzijn en kwaliteitsbeheersingstechnieken in een organisatie te introduceren.

2.2.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken:

- doceren
- onderwijsleergesprek
- cd-rom presentatie bekijken

Didactische hulpmiddelen: verschillende cd-roms worden via pc en beamer voorgesteld.

2.2.4 Evaluatie

De eindevaluatie gebeurt met de analyse van en advisering m.b.t. een concrete probleemstelling en situatiebeschrijving in een K.M.O. + 40 meerkeuzevragen.

2.2.5 Bibliografie

Kluwer-Deventer, *Kwaliteitskunde. Beleid en organisatie*.
De Kwaliteitskrant (Bijlage bij Belgian Business and Industrie).
Bullema, J.E., e.a., *Aspects of Six Sigma. Managing Defect Opportunities*.
CKZ, *Kwaliteitsaudit, winst voor alle partijen*.

2.3 BEDRIJFSECONOMIE TV 120 It (40 weken – 3 lestijden/week) 7314

Een eenheid loopt over maximaal 10 weken, 3 lestijden/week; module omvat 10 x 3 x 4 of 120 lestijden/jaar.

2.3.1 Eenheden

- Bedrijven en overheid
- Markten van goederen en diensten
- Markten van productiefactoren
- Internationale economische betrekkingen

2.3.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

Bedrijven en overheid	
<ul style="list-style-type: none">– soorten bedrijven: ondernemingen, overheidsbedrijven, coöperaties– optimale factorcombinatie op korte en lange termijn– productie- en investeringsbeslissingen– het beheer van de onderneming– de functies en beslissingen van de overheid– collectieve voorzieningen (efficiëntie, distorsies in de consumëntenvoorkeur, herverdeling)	<ul style="list-style-type: none">– Een evenwichtig beeld kunnen maken van dagelijkse economische gegevens binnen het kader van de economie van de schaarste en de economie van het genoeg.– Weten wat de verschillende invalshoeken zijn die bij bedrijfsbeleid vanuit economisch standpunt moeten gebruikt worden (de invalshoek van de koper, de producent, de overheid, de internationale en monetaire context).– Mechanismen voor prijsberekening, kostencalculatie, becijfering

<ul style="list-style-type: none"> – sociale kosten-batenanalyse – openbare financiën 	<p>van optimale personeelsbezetting, maximale omzet, maximale winst kennen.</p>
<p>Markten van goederen en diensten</p> <ul style="list-style-type: none"> – marktorganisatie: open of gesloten ruil; constante, tijd- en termijntransacties – marktvormen: volkomen concurrentie, monopolie, monopolistische concurrentie, oligopolie – marktevenwicht en overheidsingrijpen 	<ul style="list-style-type: none"> – Soorten marktvormen (monopolie, oligopolie, volledige en onvolkomen concurrentie) herkennen en verbanden kunnen leggen met de eigen werk- en leef sfeer
<p>Markten van productiefactoren</p> <ul style="list-style-type: none"> – allocatie van de arbeid: aanbod, vraag, soorten, werking, inflatie, directe belastingen – allocatie van kapitaal: – aanbod, vraag, de vermogensmarkt – allocatie van de natuur – inkomensherverdeling 	<ul style="list-style-type: none"> – De vroegere en huidige functies van geld kennen. – Verbanden kunnen leggen tot inkomen, bestedingsgedrag, inflatie, renteverandering ... en de invloed ervan voor het bedrijfsbeleid.
<p>Internationale economische betrekkingen</p> <ul style="list-style-type: none"> – de internationale handel – protectionisme – internationale handelsordering – internationale factormigratie – wisselmarkt – betalingsbalans – wisselkoersregimes – Internationaal Muntfonds – Europese Unie 	<ul style="list-style-type: none"> – De invloeden van internationaal betalingsverkeer op bedrijfsvoering kunnen weergeven. – Bij dagelijkse confrontatie met uitspraken en cijfers m.b.t. economische factoren (zoals werkgelegenheid, conjunctuurschommelingen ...) een objectieve interpretatie kunnen maken.

2.3.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken:

- klasgesprek: tijdens de lessen worden na elk hoofdstuk oefeningen gemaakt (eerst individueel en dan klassikaal);
- doceren.

Didactische hulpmiddelen: vaktijdschriftartikels

2.3.4 Evaluatie

De permanente evaluatie gebeurt d.m.v. het eerst individueel en dan klassikaal oplossen van vragen op het einde van elk hoofdstuk. De eindevaluatie gebeurt d.m.v. vraagstukken, gelijkend op de oefeningen die tijdens de opleiding werden opgelost.

2.3.5 Bibliografie

De Cnuyt, Ivan & De Velder, Sonia, *Economie Vandaag*.
Belgrado, Lazlo e.a., *Balanslezen voor niet-ingewijden*.
Vandamme, Hugo, *Ik zie het weer zitten. Het economisch perspectief voor Vlaanderen*.
Goudswaard, Bob & Koetsier, Henk, *ABC van economie*.
Bonte, Tony e.a., *Voorlichting van adolescente bedrijven*.

3 COMMUNICATIE

3.1 COMMUNICATIE TV 120 It (40 weken – 3 lestijden/week) 7315

Een eenheid loopt over maximaal 10 weken, 3 lestijden/week; module omvat 10 x 3 x 4 of 120 lestijden/jaar.

3.1.1 Eenheden

- Non-verbale communicatie
- Telecommunicatie
- Schriftelijke communicatie
- Klachtenbehandeling

3.1.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

Non-verbale communicatie <ul style="list-style-type: none">– de eerste indruk, het voorkomen, de lichaamshouding– territoriumgedrag bij mensen en het gevolg voor communicatie– het onderhandelingsgesprek en de psychologische spiegel– soorten communicatieve gedragingen: willekeurige en onwillekeurige, en hun interpretatie– oogcontact en oogbewegingen, en hun interpretatie– het driekleurensysteem– misverstanden over bezwaren en gevolgen voor de non-verbale communicatie tijdens de weerlegging– selectieve doofheid bij anderen en zichzelf	<ul style="list-style-type: none">– De algemene en specifieke aspecten van non-verbale communicatie kennen, kunnen observeren en kunnen weergeven.– Op een bewuste manier kunnen omgaan met de eigen non-verbale communicatie en die van anderen kunnen beïnvloeden.
Telecommunicatie <ul style="list-style-type: none">– de functies van de telemedewerk(st)er	<ul style="list-style-type: none">– Professionele telefonische communicatietactieken kennen.– Een doelbewuste professionele

<ul style="list-style-type: none"> – para-linguïstiek en de spreekstijl – de kwaliteiten nodig voor teleont- haal of telereceptie – doorverbinden en laten wachten – afsluittechnieken – de communicatiezeef: hoe ze in- stalleren en hoe ze passeren 	<p>houding bij telefonische commu- nicatie aanhouden.</p>
<p>Schriftelijke communicatie</p> <ul style="list-style-type: none"> – design en klantgericht schrijven (de leeslijn, 'eyecatchers', ba- lans/proportie/sequentie/nadruk/e enheid) – de 'grid', het raster en formaten – tekstschrijven (taalkundige weetjes, begrijpelijk- heid/onthoudbaarheid/geloofwaar- digheid) – personaliseren – technieken voor het opbouwen van de tekstinhoud – het werkplan – de strategie bij schriftelijke com- municatie (concept, appeal, copy platform, creatieve ideeën) – evaluatie van de inhoud 	<ul style="list-style-type: none"> – Verschillende tactieken bij schrif- telijke communicatie kunnen on- derscheiden en weten relateren aan het doel ervan. – Herkenbare professionele schrif- telijke communicatievaardigheden toepassen. – Een strategie kunnen opbouwen voor schriftelijke bedrijfscommu- nicatie
<p>Klachtenbehandeling</p> <ul style="list-style-type: none"> – klanten in moeilijke situaties: waarom zijn ze 'moeilijk'? Welke zijn de typische reacties van 'moeilijke' klanten? – fouten bij klachtenbehandeling – de goede reactiewijze (gelijk ge- ven, excuses aanbieden, corrige- ren/keuzemogelijkheden aanbie- den) – vragen stellen: doelen en soorten – actief luisteren 	<ul style="list-style-type: none"> – Presentatievaardigheden (naar inhoud en vorm, en voor verschil- lende doelen) kennen en beheer- sen. – Een professionele presentatie kunnen verzorgen.

3.1.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken:

- doceren;
- simulatiespel;
- analyse en advies m.b.t. gevalstudies;
- video: tijdens de lessen wordt gebruik gemaakt van videovoorstellingen en voorgelegde voorbeelden, met als doel deze te interpreteren, kritiseren en suggesties ter verbetering voor te leggen.

Didactische hulpmiddelen: videorecorder en televisie, vele voorbeelden van brieven, folders, brochures, mailings, catalogi.

3.1.4 Evaluatie

De permanente evaluatie gebeurt continu d.m.v. individuele praktische oefeningen m.b.t. schriftelijke, verbale en non-verbale communicatie. De eindevaluatie gebeurt met de analyse van, advisering en besluitvorming m.b.t. een praktische gevalstudie + een selectie meerkeuzevragen.

3.1.5 Bibliografie

Stone, Bob & Wyman, John, *Successful telemarketing*.
McHatton, Robert J., *Total Telemarketing*.
Kremer, John, *The Complete Direct Marketing Sourcebook*.
Den Boon, Arie & Neijens, Peter, *Media en Reclame*.
Bivins, Thomas, *Fundamentals of Successful Newsletters*.
Bly, Robert W., *Business to Business Direct Marketing*.
Verheyen, Jef, *Doeltreffend schrijven voor bedrijven*.
Bogaards, Piet, *100 succesvolle reclamebrieven*.
Willemsen, Frans, *Doelgericht communiceren*.
Nijssen, A.M. & Nijssen, A.F.M.G., *Verbale- en non-verbale verkoopkracht*.
Richmond, Virginia & McCroskey, James & Payne, Steven K., *Interpersonal Relations*.

3.2 NEGOTIËREN

TV 120 It (40 weken – 3 lestijden/week) 7316

Een eenheid loopt over maximaal 10 weken, 3 lestijden/week; module omvat 10 x 3 x 4 of 120 lestijden/jaar.

3.2.1 Eenheden

- Soorten onderhandelaars en stijlverschillen
- Onderhandelingsstrategieën, -tactieken en -technieken
- De voorbereiding
- Onderhandelingsdimensies

3.2.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

<p>Soorten onderhandelaars en stijlverschillen</p> <ul style="list-style-type: none"> – rolverdeling van onderhandelaars – onderhandelaars in moeilijke situaties en hun reactiepatronen (dominant, afstandelijk, sociaal of strategisch) – onderhandelingsproces: voorbereidingfase, onderhandelingfase en nazorg 	<ul style="list-style-type: none"> – Verschillende soorten onderhandelingsstijlen kunnen onderscheiden en het effect ervan kunnen inschatten. – Typische gedragingen van moeilijke onderhandelingspartners kunnen onderscheiden en weten hoe ermee om te gaan. – Verschillende soorten beslissingsprocessen kunnen herkennen en weten welke fasen onderscheiden kunnen worden.
<p>Onderhandelingsstrategieën, -tactieken en -technieken</p> <ul style="list-style-type: none"> – onderhandelingsstrategieën (combattief, integratief, coöperatief) – onderhandelingstactieken (tegen-draads zijn, te nemen of te laten, het delen van het verschil, het speciaal commando, de geheime boodschap, waarheidsvervalsing, enz.) – onderhandelingstechnieken (timing-, autoriteitstechnieken, chicanes en pesterijen, enz.) 	<ul style="list-style-type: none"> – Verschillende professionele en amateuristische onderhandelings-tactieken en -technieken kunnen herkennen en weten hoe erop te reageren. – Onderhandelen zien als een professioneel 'spel'.
<p>De voorbereiding</p> <ul style="list-style-type: none"> – doelstellingen en belangen – de verschillende waarden (geld, acties, risico, tijd, enz.) – voorstellen formuleren – alternatieven samenstellen 	<ul style="list-style-type: none"> – Een professionele voorbereiding kunnen maken en alle aspecten ervan in kaart kunnen brengen.
<p>Onderhandelingsdimensies</p> <ul style="list-style-type: none"> – positioneel versus principieel onderhandelen – de invloed van de inhoud – de invloed van de machtsbalans – de invloed van de sfeer – de invloed van de gevolgde procedures 	<ul style="list-style-type: none"> – Zich rekenschap kunnen geven van de verschillende deelaspecten van inhoud, macht, sfeer en procedures bij het onderhandelen.

3.2.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken:

- simulatie- en rollenspel: voor elke besproken onderhandelingstactiek worden simulatie-oefeningen gedaan;
- elke cursist wordt meerdere malen betrokken in individuele én collectieve onderhandelingsoefeningen;
- video-opname van de eigen deelname.

Didactische hulpmiddelen: simulatieoefeningen en –opdrachten.

3.2.4 Evaluatie

De permanente evaluatie gebeurt d.m.v. continu inoefenen van onderhandelingstactieken, zowel collectief als individueel bruikbare. De eindevaluatie gebeurt met de analyse van, advisering en besluitvorming m.b.t. een praktische gevalstudie.

3.2.5 Bibliografie

Mastenbroek, W.F.G., *Onderhandelen*.

Winkler, John, *Winnende tactieken*.

Silver, A. David, *Close any deal*.

Serruys, Jacques W., *Donnant, donnant. Le jeu et la mise en scène de la négociation*.

Perani, Jacques, *La communication combat*.

Scott-Morgan, Peter, *The unwritten rules of the game*.

Detroy, E.N., *De verkoper als prijsonderhandelaar*.

3.3 BEDRIJFSECONOMISCHE INFORMATICA TV 120 It (40 weken – 3 lestijden/week) – 7317

Basiskennis en besturingssystemen	8 weken x 3 uren/week	(50'/uur)
Tekstverwerking	10 weken x 3 uren/week	(50'/uur)
Presentatiepakket	8 weken x 3 uren/week	(50'/uur)
Mail-, agenda- en taakbeheer	6 weken x 3 uren/week	(50'/uur)
Internet	8 weken x 3 uren/week	(50'/uur)
Totaal	40 weken x 3 uren/week = 120 lestijden	(50'/uur)

3.3.1 Eenheden

- Basiskennis en besturingssystemen
- Tekstverwerking
- Presentatiepakket
- Mail-, agenda- en taakbeheer
- Internet

3.3.2 Leerinhouden en leerplandoelstellingen

Basiskennis en besturingssystemen	
<p>Computersysteem</p> <ul style="list-style-type: none">– doel– nut <p>Hardware:onderdelen</p> <ul style="list-style-type: none">– invoerapparatuur– uitvoerapparatuur– randapparatuur <p>Software</p> <ul style="list-style-type: none">– toepassingssoftware:– doen en nut– tekstverwerker– rekenblad– database– presentatiepakket– tekenpakket– opmaakpakket– programmeertalen: doel en nut– besturingssoftware– doel– nut– componenten– overzicht huidige besturingssystemen– verschillen <p>Basishandelingen</p> <ul style="list-style-type: none">– muisbewerkingen– toetsenbord: toetscombinaties, sneltoetsen– begrippen map en bestand, boomstructuur– bestandsmanipulaties (mappen, bestanden, kopiëren, verplaatsen^o)– werken met vensters en menu's <p>Bestandsbeheer</p> <ul style="list-style-type: none">– kopiëren en verplaatsen– formatteren– diskettes kopiëren– bestandstypes– selectie van bestanden– verschillende weergaven– verwijderen van bestanden	<ul style="list-style-type: none">– Algemeen: inzicht hebben in de functionaliteit van softwarepakketten en een verantwoorde keuze kunnen maken uit de beschikbare software voor het efficiënt realiseren van de oplossingen van een gegeven probleem.– Basiskennis en besturingssystemen: de belangrijkste taken van een besturingssysteem kennen, zijn centrale rol correct inschatten en het verband leggen met de systeemeenheid.– De belangrijkste componenten van de gebruikersinterface kennen, gebruiken en aanpassen.– Efficiënt navigeren binnen de organisatiestructuur van een schijf.

<ul style="list-style-type: none">– zoeken naar bestanden <p>Comprimeren en decomprimeren</p> <ul style="list-style-type: none">– bestanden comprimeren en decomprimeren <p>Toepassingssoftware</p> <ul style="list-style-type: none">– installatie– de-installatie– beheer– snelkoppelingen– programmagroepen– multi-tasking– statische gegevensuitwisseling– verschillende vensters <p>Besturingssysteem</p> <ul style="list-style-type: none">– standaardinstallatie– configuratie– componenten bijvoegen– printers installeren– stuurprogramma's zoeken op en downloaden van het internet– gebruikersprofielen <p>Helpfunctie</p>	
<p>Tekstverwerking</p> <ul style="list-style-type: none">– doel– nut– opstarten en verlaten van het programma– werkvenster– weergave van de pagina– werkbalken aan- en uitzetten– intikken en corrigeren van tekst<ul style="list-style-type: none">○ eindmarkeringen○ tekstentiteiten<ul style="list-style-type: none">▪ alinea▪ sectie▪ pagina ...– tussenvoegen en overschrijven– wissen van tekst– herstelfunctie– spellingscontrole– grammaticacontrole– autocorrectie– woorden splitsen	<ul style="list-style-type: none">– Tekstverwerking: een document invoeren, structureren, aanpassen, opmaken en afdrukken.

- symbolen en speciale tekens
- tekst selecteren
 - een tekstdeel selecteren (teken, woord ...)
 - een selectie opheffen
- tekstdelen verplaatsen, kopiëren en verwijderen
 - binnen één document
 - tussen verschillende documenten
- zoeken en vervangen
- Opmaakprofielen
 - gebruik
 - opmaak
 - wijziging
 - hiërarchie
 - titels nummeren
- sjablonen
- opmaak plaatsen, kopiëren en verwijderen
 - tekenopmaak
 - lettergrootte
 - lettertype
 - letterweergave
 - onderstrepen (kleur)
 - effecten
 - alineaopmaak
 - regelafstand
 - afstand tussen alinea's
 - randen en arceringen
 - uitlijning en inspringing
 - opsommingstekens en -nummering
 - tabstops
 - opvultekens
 - instellen en wijzigen
 - paginaopmaak
 - papierformaat en marges
 - papieroriëntatie
 - kop- en voettekst

<ul style="list-style-type: none">▪ voet- en eindnoten○ sectie-opmaak– kolommen<ul style="list-style-type: none">○ aanmaak○ opmaak– afdrukken<ul style="list-style-type: none">○ afdrukopties<ul style="list-style-type: none">▪ selectie printer▪ printerinstellingen▪ aantal exemplaren, ...○ afdrukvoorbeeld– brief die voldoet aan BIN normen– werken met tabellen<ul style="list-style-type: none">○ invoegen○ opmaak– documenten opslaan en opvragen– inhoudstafel– index– afdruk samenvoegen<ul style="list-style-type: none">○ Brieven○ Enveloppen○ Etiketten○ adreslijst– helpfunctie	
<p>Presentatiepakket</p> <ul style="list-style-type: none">– het presentatiepakket<ul style="list-style-type: none">○ doel○ nut– presentatie<ul style="list-style-type: none">○ voorbereiding○ lay-out<ul style="list-style-type: none">▪ scenario▪ vormgeving– tekst en objecten<ul style="list-style-type: none">○ invoer○ opmaak○ verplaatsen○ verwijderen○ eigenschappen○ schikken– weergave	<ul style="list-style-type: none">– Presentatiepakket: de vormelijke componenten van een presentatie kiezen, opmaken en aanpassen.

<ul style="list-style-type: none"> ○ weergaven van een presentatie – afdrukken <ul style="list-style-type: none"> ○ hand-outs ○ notities ○ dia's – diavoorstelling <ul style="list-style-type: none"> ○ diaovergang ○ animatie van objecten ○ tijdinstelling ○ stand-alone presentatie opslaan en opvragen – sjablonen <ul style="list-style-type: none"> ○ achtergrond ○ tekenopmaak ○ logo – presentatie opslaan <ul style="list-style-type: none"> ○ website ○ stand-alone presentatie ○ presentatiebestand – presentatie opvragen/starten <ul style="list-style-type: none"> ○ volgordebestand – presentatie <ul style="list-style-type: none"> ○ hulpprogramma ○ website – helpfunctie 	
<p>Mail-, agenda- en taakbeheer</p> <ul style="list-style-type: none"> – agenda- en taakbeheerpakket <ul style="list-style-type: none"> ○ doel ○ nut ○ functie der componenten – contactpersonen: <ul style="list-style-type: none"> ○ functioneel indelen ○ distributielijsten – agenda <ul style="list-style-type: none"> ○ opstelling ○ wijziging – lijsten <ul style="list-style-type: none"> ○ aanmaak ○ gebruik ○ logboek raadplegen – automatische agenda synchroniseren van gegevens – taakplan 	<ul style="list-style-type: none"> – Mail-, agenda- en taakbeheer: de belangrijkste elementen van e-mail kennen en hun functie omschrijven. Taakgericht werken met e-mail.

<ul style="list-style-type: none"> ○ opbouw ○ wijzigingen – helpfunctie 	
<p>Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> – basisprincipes – terminologie – historiek van internet – verbinding <ul style="list-style-type: none"> ○ verschillende toegangs- mogelijkheden ○ vereiste software ○ benodigde apparatuur ○ internet access/service providers – internetdiensten, o.a.: <ul style="list-style-type: none"> ○ WWW ○ e-mailen ○ nieuwsgroepen ○ IRC ○ FTP ... – gebruik van browser <ul style="list-style-type: none"> ○ invoeren internetadres ○ gebruik van hyperlinks ○ favorieten ○ geschiedenis – gericht zoeken <ul style="list-style-type: none"> ○ zoekmachines ○ zoekindexen ○ zoekrobots ○ portaalsites ... – downloaden <ul style="list-style-type: none"> ○ opslaan ○ gebruik van FTP – afdrukken <ul style="list-style-type: none"> ○ volledige pagina's ○ stukken tekst – e-mail <ul style="list-style-type: none"> ○ gebruik ○ adresboek ○ soorten ○ webgestuurde e- mailservices ○ lokale e-mailservices – chatten 	<ul style="list-style-type: none"> – Het begrip internet en zijn belang- rijke mogelijkheden toelichten. – De gevolgen kennen van het bin- nendringen van virussen in een computersysteem, een pre- ventieve houding ontwikkelen ten aanzien van de verspreiding en weten hoe aangepast te reageren bij confrontatie met een virus. – Spontaan en op functionele wijze gebruikmaken van de mogelijk- heden die de verschillende pak- ketten bieden. – Gedrevenheid om op de hoogte te blijven van de nieuwe trends en tendensen in een snel verande- rende maatschappij. – Zijn weg vinden in het overaan- bod aan informatie.

<ul style="list-style-type: none">○ netiquette○ gebruik van IRC-programma's○ gebruik van online messenger– nieuwsgroep<ul style="list-style-type: none">○ berichten posten○ ophalen○ beantwoorden– E-business<ul style="list-style-type: none">○ gevaren○ mogelijkheden– virussen<ul style="list-style-type: none">○ de gevaren van virusbesmetting via Internet○ opsporen en onschadelijk maken– firewalls<ul style="list-style-type: none">○ doel○ nut– spyware– cookies– instellen browseromgeving– instellen e-mailomgeving– HTML<ul style="list-style-type: none">○ doel○ nut○ voorbeeld	
---	--

3.3.3 Methodologische wenken

Pedagogisch-didactische wenken: alhoewel er in deze module zeer praktisch gewerkt wordt, moet de nadruk toch gelegd worden op het leren oplossen van problemen eerder dan op het aanleren van de pakketten zelf. Dit betekent dat minimaal van elk probleem een analyse dient gemaakt te worden vooraleer de concrete invoering op de computer wordt aangevat.

Didactische hulpmiddelen: het centrum dient erover te waken dat ze de belangrijke ontwikkelingen betreffende apparatuur en programmatuur volgt.

3.3.4 Evaluatie

De leerstof kan geëvalueerd worden via zowel proces- als productevaluatie.

3.3.5 Bibliografie

Basiskennis en besturingssystemen

KASSENAAR, P., *Windows XP van start tot finish*, Academic Service, 2002.

RATHBONE, A., KASSENAAR, P., *Basiscursus Windows XP*, Academic Service.

RATHBONE, A., *Microsoft Windows XP voor Dummies*, Addison-Wesley NL.

Tekstverwerking

DE BOECK, *MS Word 2000 en XP*, Uitgeverij De Boeck, Antwerpen, 2000 en 2003.

DE BROUWER, H., HOSTYN, M., LEMAITRE, D., LOONES, J., MAASSEN, J., VOLDERS, V., *Tekstverwerking MS Word 2000 en XP basis en gevorderden*, 2000 en 2003.

DE GEYTER-DIEPENDAELE, T., *Wegwijs in ICT*, WWW-Soft, Oostkamp, 2001.

DEVRIENDT, D. en DE GEYTER-DIEPENDAELE, T. *Werk wijzer Met Word 2000 en XP*, deel 1 en deel 2, WWW-Soft, Oostkamp, 2000 en 2003.

MESDOM F., STEPPE G., VANDERBIESEN G., *Via Informatica, Tekstverwerking*, Die Keure, 2004.

GEMEENSCHAPSONDERWIJS, PEDAGOGISCHE BEGELEIDINGSDIENST, *Het Bin-Boekje*, Nevelland, Brussel, 2003.

VANDEPUTTE, D, *Typ-Top vandaag*, deel 1 en 2, Uitgeverij De Boeck, Antwerpen, 2000.

Vaardige Vingers, driemaandelijks tijdschrift van de Academie voor Bureauwetenschappen, Tienen.

VAN DEN BROECK, E., CUYPERS, E., *Word 2000 en XP*, Standaard Uitgeverij, Antwerpen, 2000.

Word 2000 en XP, deel 1, deel 2 en deel 3, Instruct bvba, Herent, 2000 en 2003.

Presentatie

HEIJKOOP H., *PowerPoint 2002 van start tot finish*, Academic Service, Heverlee.

JARAI H., *Sleutelen met Powerpoint 2002*, Easy computing.

LOWE D., *Powerpoint 2002 for dummies*, Addison-Wesley.

PERSPECTION, *Microsoft PowerPoint 2002 Step by Step - NL-versie*, Academic Service, Heverlee.

VAN DEN BROECK E., CUYPERS E., *MS PowerPoint XP*, de Boeck.

WITHERSPOON C., *PowerPoint 2002 Visuele Leermethode*, Nederlandse Versie, A.W. Brunna.

Agenda- en taakbeheer

HANKE J.C., *SnelGids Outlook 2002*, Data Becker B.V.

HEIJKOOP H., *Basiscursus Outlook 2002*, NL versie, Academic Service.

Internet

D'HAENENS, HERVELDT, F., *EDU Multimedia, deel 2 (Internet Explorer in de klas), deel 3 (E-mailen met Outlook Express)*, Standaard uitgeverij, 2000.

LEVINE, J., *Internet voor dummies*, Addison-Wesley.

OOST, K., *Basiscursus Internet*, Academic Service, 2002.

4 VERANTWOORDING EN TOELICHTING

Elke van deze modules probeert in te spelen op de behoeften van de cursisten en het bedrijfsleven.

Het spreekt vanzelf dat niet iedereen hier alle aanbiedingen (modules) zal of moet volgen. Elke module kan een aparte aantrekkingskracht uitoefenen op sommige deelnemers. In de praktijk volgen cursisten die oorspronkelijk voor één module kozen, veelal meerdere of alle modules. Daarom is geprobeerd het geheel als haalbaar voor te stellen en binnen een redelijke termijn van beschikbare uren aan te bieden.

Het geheel omvat momenteel 9 modules die telkens te vatten zijn in 120 jaar-uren, aan 3 uren per week (openstelling 40 weken en 50 min. lestijd of 32 weken en 62,5 min. lestijd).

Het modulair systeem is zo opgevat dat elke module zonder overlapping met eenheden van andere modules gegeven wordt. Er is m.a.w. geen enkele module die dient als voorkennis voor een andere module. Daardoor is het mogelijk dat elke student met willekeurig welke module de opleiding kan starten en vervolgens volledig afwerken.

Elke module is gesplitst in 4 onderling afhankelijke eenheden die elk een looptijd hebben van 10/8 weken, al naargelang een openstelling van 40 of 36 weken (1/4 van het geheel). Dit vergroot de zichtbaarheid van de progressie op organisatorisch en didactisch vlak. Dit systeem van logische opbouw en afwerking van het aanbod biedt de studenten voor, tijdens en na de opleiding grotere controle en inzicht.

Graag vermelden wij ook dat de nadruk van het aanbod ligt op het 'trainen' en het verwerven van een leefbare houding waarbij kennis, samenwerking, ervaring en inzicht werkbaar aanwezig zouden zijn. Op die manier draagt elke module bij tot het uitbouwen en verfijnen van de persoonlijkheid en vaardigheden van de bedienden, kaderleden en zelfstandige bedrijfsleiders die de modules volgen.

Elke module is bovendien praktijkgericht. Bij elk van de 4 vernoemde eenheden horen aangepaste praktijkvoorbeelden en oefeningen. Daardoor krijgen de modules het karakter van een labo-technisch vak om de vereiste vaardigheden te kunnen inoefenen. Dergelijke aanpak is noodzakelijk omdat mentaal inzicht en feitelijk doeltreffend gedrag niet gescheiden kunnen blijven. Daardoor krijgt zowel het kennen als het doen voldoende aandacht. Methodologische wenken

5 EVALUATIE

Zie telkens de afzonderlijke module.

6 BIBLIOGRAFIE

Zie telkens de afzonderlijke module.