



Onthaal en Public Relations derde graad tso

BRUSSEL

D/2016/13.758/014

September 2016

(vervangt leerplan D/2001/0279/054)



1	Inleiding en situering van het leerplan	3
1.1	Plaats in de lessentabel	3
1.2	Aanleiding tot vernieuwing	3
2	Beginsituatie en instroom	4
3	Logisch studietraject	5
4	Christelijk mensbeeld	6
5	Opbouw en samenhang	7
5.1	Geïntegreerd leerplan	7
5.2	Intense samenwerking met toegepaste economie en de taalvakken	7
6	Doelstellingen	8
6.1	Algemene doelstellingen	8
6.2	Leerplandoelstellingen	8
7	Minimale materiële vereisten	33
7.1	Algemeen	33
7.2	Het vaklokaal, dat dienst doet als inspirerende leeromgeving	33
7.3	Softwarepakketten	33
7.4	Bronnen	33
7.5	Presentatiemogelijkheden	34
8	Pedagogisch-didactische wenken	35
8.1	Taalbeleid	35
8.2	Evaluatie	35
9	Geïntegreerde proef	37
10	Stage	38

1 Inleiding en situering van het leerplan

1.1 Plaats in de lessentabel

Zie www.katholiekonderwijs.vlaanderen bij leerplannen & lessentabellen.

1.2 Aanleiding tot vernieuwing

Het vorige leerplan Onthaal en public relations (OPR) vond ingang op 1 september 2001.

Op basis van een enquête bij de scholen, werden mogelijke accentverschuivingen bepaald.

Deze vernieuwing wil leerlingen meer en versterkte kansen bieden voor een doorstroming naar hoger onderwijs (waar de meerderheid van de leerlingen na afloop van de 3de graad OPR voor kiest).

Het vernieuwde studierichtingsprofiel staat in het teken van taal, communicatie en media, gericht op praktische situaties in de brede context van profit en non-profit. Taal en communicatie geven uiteraard het belang van een vak als Nederlands aan, maar evenzeer blijkt in onze Vlaamse context een grondige basis voor moderne vreemde talen onmisbaar, willen de leerlingen een goede kans maken op de arbeidsmarkt en het hoger onderwijs.

Een basiskennis aan economische en juridische aspecten zijn eveneens wenselijk wanneer leerlingen willen doorstromen naar hoger onderwijs.



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.

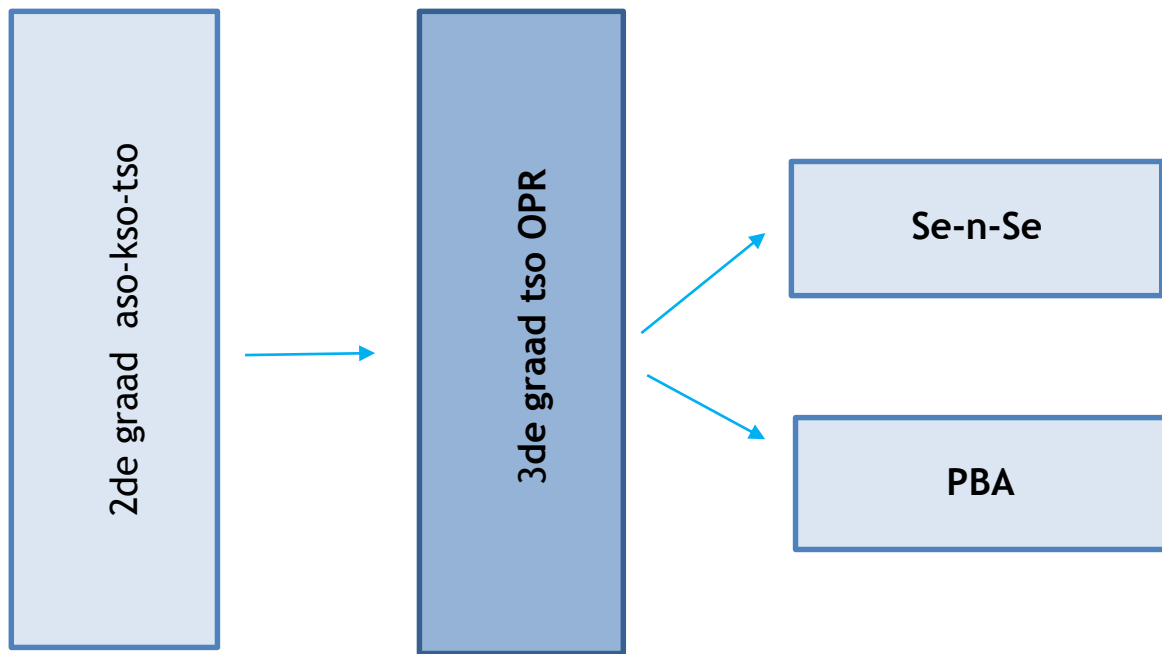
Er wordt van de leerlingen verwacht dat ze al een degelijke basis hebben opgebouwd voor Nederlands en de Moderne Vreemde Talen. Ze zijn gemotiveerd om de taal correct te gebruiken en hun taal aan te passen aan de doelgroep en de opdracht.

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.

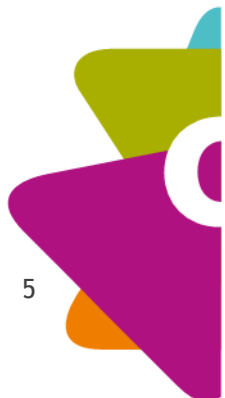
De leerlingen die instromen uit een 2de graad, waar de talencomponent of de ICT-component minder aanwezig was, kunnen instromen wanneer ze heel gemotiveerd kiezen en wanneer de school voorziet in een gedifferentieerde aanpak.

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.

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.

Wanneer mensen communiceren, dan vraagt dit een respectvolle omgang met elkaar. Dit is duidelijk wanneer dit rechtstreeks van mens tot mens gebeurt. Beide partijen dienen geïnteresseerd te zijn in wat de andere te zeggen heeft, anders is een gesprek zinloos. De communicatie waarover het in deze studierichting gaat, is echter veel breder dan dat. Er wordt gecommuniceerd op verschillende manieren en op verschillende schaal. Er moet aandacht gaan naar wat de boodschap inhoudt en hoe die bij de doelgroep zal overkomen. Hiervoor moet men zich niet enkel informeren over die doelgroep, maar de boodschap bekijken vanuit verschillende standpunten. De attitude om bij elke vorm van communicatie na te gaan of er een verschillende interpretatie mogelijk is of er zich mensen gekwetst kunnen voelen, dient steeds mee genomen te worden. Telkens kunnen verschillende alternatieven bekeken worden, afgewogen worden en de beste oplossing gezocht, waar zowel boodschapper als ontvanger zich goed bij voelen.

5 Opbouw en samenhang

5.1 Geïntegreerd leerplan

Dit leerplan omvat een groot aantal lestijden waarbinnen geïntegreerd gewerkt wordt aan de doelstellingen om de leerling voor te bereiden op verder studeren in een aanverwante richting.

De leerplandoelen, zoals geformuleerd in dit leerplan, houden geen volgorde in. Soms is een logische volgorde noodzakelijk om de leerlijn te realiseren.

Dit pakket kan door meerdere leerkrachten worden gegeven die samenwerken om het geheel van de doelstellingen te realiseren. Via concrete opdrachten wordt altijd gewerkt aan een geheel van kennis, vaardigheden en attitudes. Wanneer de verschillende doelen aan bod komen, wordt door de vakgroep besproken en vastgelegd in een jaarplan. ICT-doelen zijn een onderdeel van dit leerplan. Soms wordt aangeduid bij welke doelen men ICT-vaardigheden kan aanwenden. Dit staat vermeld als ICT-wenk.

5.2 Intense samenwerking met toegepaste economie en de taalvakken

5.2.1 *Met Nederlands en de moderne vreemde talen Frans en Engels*

Communicatieve vaardigheden vormen de rode draad doorheen deze opleiding.

Ze moeten taal kunnen inzetten in courante taalgebruikssituaties van hun eigen leefwereld en dagelijks leven en simulatie van concrete contextgerichte situaties en ook van latere werksituaties. Taal wordt heel ruim bekeken. Vanuit de eigenheid van het specifieke gedeelte komt communicatie via ICT en moderne communicatiemiddelen ook via de taalopleiding aan bod. Zowel schriftelijke als mondelinge taalvaardigheid zijn belangrijk.

Regelmatig overleg tussen de leraren van de specifieke vakken en de taalleraren is noodzakelijk. Wat in één vak wordt aangeleerd, wordt ook in de andere vakken toegepast. Bv. een structuur voor de opmaak van een document kan in alle vakken gelijk gebruikt worden. Dit zal de betrokkenheid van de leerling verhogen.

5.2.2 *Met toegepaste economie*

Het leerplan economie wil de leerlingen een voldoende basis meegeven om de doorstromingskansen naar hoger onderwijs te verhogen. De leerplannen van het studierichtingsgedeelte staan niet los van elkaar. Er zijn tal van aanleunende doelen.



6 Doelstellingen

6.1 Algemene doelstellingen

AD1 Mediawijsheid verwerven door kritisch en bewust te leren omgaan met informatie vanuit de actualiteit.

AD2 Op een doeltreffende en professionele manier communiceren in al zijn facetten in verschillende contexten.

AD3 Probleemoplossende vaardigheden hanteren en dit in een groeiend streven naar zelfstandigheid.

6.2 Leerplandoelstellingen

De volgorde van de opgenomen leerplandoelen hoeft niet als dusdanig gehanteerd te worden.

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

Waar een (U) bij vermeld staat, bedoelen we dat deze doelstelling enkel als uitbreidingsdoelstelling is geformuleerd.

6.2.1 Media en actualiteit

LEERPLANDOELSTELLINGEN	KENNIS, VAARDIGHEDEN EN ATTITUDES
1 Het begrip “actualiteit” en de componenten ervan definiëren.	Componenten zoals: <ul style="list-style-type: none">• Actualiteit en nieuws• Duiding en commentaar• Informatie• Meta-informatie• ...
2 De actualiteitswaarde verwoorden.	<ul style="list-style-type: none">• Individueel belang• Maatschappelijk belang• Impact
3 Vanuit voorbeelden de verschillende soorten actualiteit omschrijven en illustreren.	Soorten actualiteit zoals: <ul style="list-style-type: none">• Persoonlijke actualiteit: eigen interessesferen• Functionele actualiteit: actualiteit gelinkt aan de beroepsactiviteit• Organisatieactualiteit

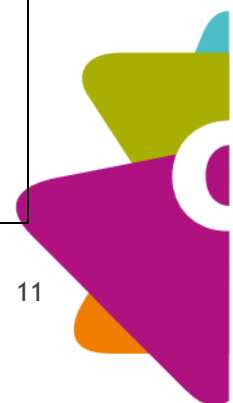
	<ul style="list-style-type: none"> • Media-actualiteit • ...
4 De verschillende stappen (van vergaren tot publiceren) in het actualiteitsproces toelichten.	<p>Het actualiteitsproces</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Nieuwsgaring</u>: <ul style="list-style-type: none"> ○ eigen nieuwsgaring ○ persagentschappen ○ persberichten ○ brand journalism ○ ... • <u>Nieuwsverwerking</u>: <ul style="list-style-type: none"> ○ nieuwsselectie ○ nieuwsrubricering ○ agenda setting ○ priming en framing ○ ... • <u>Nieuwsproductie</u> • <u>Nieuwsdistributie</u>: <ul style="list-style-type: none"> ○ offline versus online ○ gratis versus betalend ○ ...
5 Actualiteit binnen een beperkte context rubriceren volgens een eigen en geijkte methode.	
6 Gerichte informatie halen uit teksten afkomstig van diverse bronnen.	<ul style="list-style-type: none"> • Wie/wat/waar/wanneer/waarom/hoe • <u>Bronnen</u>: <ul style="list-style-type: none"> ○ krantenartikels ○ persberichten ○ tijdschriftartikels ○ websites ○ ...
7 Verschillende bronnen over eenzelfde item vergelijken.	<p>Criteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Vorm</u>: <ul style="list-style-type: none"> ○ lengte ○ publicatiedatum ○ online/offline ○ plaatsing/prioriteit ○ referentie ○ ... • <u>Inhoud</u>: <ul style="list-style-type: none"> ○ auteur ○ tegenstellingen ○ doel ○ betrouwbaarheid ○ context ○ maatschappelijk nut/doel ○ actualiteitswaarde





	<ul style="list-style-type: none"> ○ achtergrond ○ ...
8 Informatie selecteren en structureren in functie van een doelstelling en een doelgroep.	
9 Een document efficiënt invoeren met een tekstverwerkingspakket.	<ul style="list-style-type: none"> • Autocorrectie • Spellingscontrole • Taal • Grammaticacontrole • ...
10 Een pagina doeltreffend structureren en opmaken.	<ul style="list-style-type: none"> • Paginaopmaak • Alineaopmaak • ...
11 Kenmerken, functie en betekenis van beelden afleiden aan de hand van een aantal welbepaalde criteria.	<p>Soorten beeldmateriaal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lijntekening • Rasterafbeelding • Vectorafbeelding • ... • <u>Kenmerken zoals:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ perspectief ○ compositie ○ kleur ○ belichting ○ resolutie
12 Aan de hand van voorbeelden, de basisprincipes van de lay-out afleiden.	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Basisprincipes van lay-out:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ relatie tussen inhoud en vormgeving ○ structuur in de lay-out ○ contrast in typografie • <u>Basisbegrippen van typografie:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ schreef versus schreefloos ○ kerning ○ regelafstand t.o.v. puntgrootte, zinslengte en leesbaarheid • <u>Principes van CRAP:</u> contrast, repetition, alignment en proximity (contrast, herhaling, groepering en nabijheid) ...
13 De basisprincipes van lay-out toepassen in een concrete context, hierbij gebruik makend van passende opmaakprogramma's.	

<p>14 Aan de hand van enkele concrete voorbeelden, het belang van waarneming aantonen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Het waarnemingsproces • Perceptie • Objectiviteit/subjectiviteit
<p>15 De begrippen “media(groepen)”, “mediakanaal”, “mediaproduct” en “mediamerk” definiëren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Media(groepen):</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ nationaal ○ internationaal • <u>Mediakanaal:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ auditief ○ visueel ○ audiovisueel ○ elektronisch ○ ...
<p>16 De diversiteit van de mediakanalen, de mediaproducten en de mediamerken aantonen met voorbeelden.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mediaproduct:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ offline: krant, magazine ... ○ elektronisch: radio, televisie ... ○ online: internet, apps ... ○ ...
<p>17 Een overzicht geven van het actuele Vlaamse medialandschap.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Mediamerk:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ nationaal ○ internationaal • <u>Overige actoren:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ journalistenverenigingen ○ overheid ○ ...
<p>18 Impact van de media op het individu en de samenleving aantonen a.d.h.v. voorbeelden.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Functies van media</u> • <u>Verschuiving van almacht van de media naar:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ agendasetting ○ aanhaaktheorie ○ selectieve perceptietheorie • <u>Actoren:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ Vlaamse Regulator voor de Media ○ CIM ○ reclameregies ○ journalistenvereniging ○ Vlaamse mediaminister ○ internationale actoren ○ ... • <u>Moderne tendensen:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ evolutie van ideologie naar commercialisering ○ concentratie en convergentie van de media ○ van mediamerk naar merkenmedia ○ vervaging van de grenzen tussen mediaproductie en mediadistributie
<p>19 Nieuwigheden en veranderingen van mediakanalen, -producten en -merken opvolgen.</p>	





	<ul style="list-style-type: none"> ○ snelle veranderingen in de mediaconsumptie ○ dreiging van internationale actoren ○ ...
20 Regelgeving en deontologie respecteren bij het gebruik maken van (nieuwe) media. (*) ¹	<ul style="list-style-type: none"> • Wet op de privacy • Auteursrecht • Citaatrecht • Portretrecht
21 Organisaties uit tenminste 3 maatschappelijke sectoren onderscheiden en hun doelstellingen, doelgroepen, hun werking en hun communicatie in kaart brengen.	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Organisaties</u> zoals lokale, regionale, nationale en internationale • <u>Maatschappelijke sectoren</u> zoals: <ul style="list-style-type: none"> ○ openbaar bestuur, instellingen en politiek op lokaal, regionaal, nationaal en internationaal niveau ○ de rechterlijke macht en de veiligheidsdiensten ○ de social profitsector ○ de gezondheidssector ○ de onderwijssector ○ de socioculturele sector ○ NGO's en actiegroepen ○ recreatie en sport ○ ...
22 Waarden- en normbeleving van enkele culturen met elkaar vergelijken en enkele verschillen verklaren.	<p>Zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaties • Gender • Oorsprong/hardnekkigheid van rolpatronen en stereotypen • ...
23 Actief deelnemen aan een actualiteitsdebat, gebruik makend van een onderbouwde argumentatie.	<p>Voorbeelden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rollenspel met taakverdeling • Chatsessie • Videoconferentie • ...
24 Actief aan nieuwsgaring, mediaproductie en mediadistributie werken.	<p>Mediaproducten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Een nieuwsbrief of een schoolkrant • Bijdragen aan de nieuwsbrief, de schoolkrant, de website en de sociale media van de school

¹ i.s.m. het vak Toegepaste economie

Pedagogisch-didactische wenken

- ✓ (5) Mogelijke voorbeelden van methode zijn:
Gesloten methode: vb. volgens de standaardrubrieken in een krant: politiek, binnenland, regionaal...
Open methode: eigen filters bepalen met een duidelijk motivatie.
- ✓ (10) (13) ICT: Het werken met professionele opmaakprogramma's (al dan niet betalend) versterkt de transfer naar de concrete werkcontext. Leerlingen leren werken met opmaakstijlen verhoogt de efficiëntie bij het toepassen. Aan de volgende elementen kan aandacht worden besteed: paginaopmaak (marges, paginanummering, koptekst, voettekst), (geneste) opsommingen en nummering, indelen in secties, tabellen, kolommen, voetnoten, grafische componenten invoegen en opmaken, internetteksten efficiënt invoegen en bewerken, plakken speciaal, vermijden van weduwen, zwevende regels, kopjes onderaan de pagina, ongewenste paginaovergangen, tabs, inhoudstafel en index genereren.
- ✓ De complexiteit van de toepassing neemt toe naarmate de opleiding vordert.
- ✓ (11) Een school kan hiervoor een fotograaf of kunstenaar uitnodigen.
- ✓ (15)tot(19) Nationale mediagroepen zijn bv. VRT, De Persgroep, Mediahuis, Telenet, Proximus...
Internationale zijn bv. Google, Disney...
Nationale mediamerken zijn bv. De Standaard, HLN, Sporza ...
Internationale zijn bv. YouTube, Netflix ...
- ✓ (17) Een actueel overzicht kun je vinden via Vlaamse Regulator voor de Media.
- ✓ (18) Dit is theorie die uitlegt welke macht media heeft. Boek: C.de Boer en S.I. Brennecke, Media en publiek: theorieën van media-impact, Amsterdam, 2014
- ✓ (19) Laat de leerlingen de actua volgens een zelfgekozen medium volgen en rapporteren aan de klas met nabespreking en peerevaluatie.
- ✓ (15) tot (19) ICT-wenk: Men ken hierbij een rapport ontwerpen met volgende elementen: omslag, woord vooraf, inhoudstafel, inleiding, eigenlijke tekst, besluit, literatuurlijst, index, lijst figuren, tabellen en bijlagen.
- ✓ (23) Opmaken van een (online) portfolio rond een actueel onderwerp of een sector en daarover in groep debatteren.



INTERPERSOONLIJKE COMMUNICATIE

LEERPLANDOELSTELLINGEN	KENNIS, VAARDIGHEDEN EN ATTITUDES
25 De begrippen “communicatie” en “communicatieproces” definiëren.	Componenten van het communicatieproces: <ul style="list-style-type: none"> • Zender/ontvanger • Boodschap • Medium/kanaal • Referentiekader • Feedback • Redundantie • Ruis • ...
26 De verschillende componenten van het communicatieproces toepassen op een communicatiesituatie.	
27 De gelijkenissen en de verschillen van de componenten van het communicatieproces aantonen a.d.h.v. minstens twee communicatiemodellen.	Communicatiemodellen zoals: <ul style="list-style-type: none"> • Communicatiemodel van Fauconier • Communicatiemodel van Vander Meijden • Communicatiemodel van Wazlawick • Van pijlmodel naar transactioneel model • Communicatie-axioma’s van Wazlawick
28 A.d.h.v. een gegeven communicatiesituatie, diverse doelen van communicatie bepalen met focus op de ontvanger en de boodschapper.	
29 A.d.h.v. een eigen voorbeeld, de vorm en het schaalniveau van een communicatiesituatie bepalen.	Vormen van communicatie: <ul style="list-style-type: none"> • Mondeling versus schriftelijk • Verbaal versus non-verbaal versus para-verbaal Schaalniveaus van communicatie: <ul style="list-style-type: none"> • Intrapersoonlijke • Interpersoonlijke • Groepscommunicatie • Publiekscommunicatie • Massacommunicatie • Organisatiecommunicatie
30 Het begrip “non-verbale communicatie” definiëren, herkennen en bewust toepassen.	Vormen van non-verbale communicatie: <ul style="list-style-type: none"> • Lichaamstaal • Fysiek voorkomen • Aanrakingsgedrag

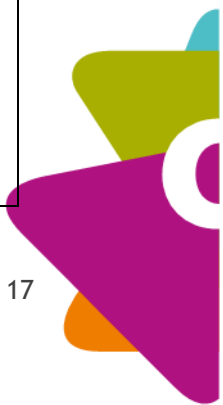
	<ul style="list-style-type: none"> • Paralinguïstisch gedrag • Oogcontact • Persoonlijke ruimte • Tijd • Geur • ... <p>Functies van non-verbale communicatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vervanger van verbale communicatie • Herhaling of beklemtoning van verbale communicatie • Tegenspreking van verbale communicatie • Informatie over de onderlinge relatie tussen zender/ontvanger • ...
31 Interculturele verschillen herkennen en toelichten a.d.h.v. praktijkvoorbeelden van communicatie.	
32 Voorbeelden vergelijken van geslaagde en niet-geslaagde interpersoonlijke communicatie.	
33 Over de persoonlijke communicatiegewoonten reflecteren.	<p>Intrapersoonlijke communicatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theory of mind • Zelfconcepttheorie • Zelfbeeld: positief, negatief, ideaal <p>Oorsprong van persoonlijke communicatiegewoonten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De persoonlijkheid: Big Five • De emoties en het emotioneel welbevinden: <ul style="list-style-type: none"> ○ omschrijving ○ basisemoties ○ EQ • Attitudes zoals: <ul style="list-style-type: none"> ○ ABC-model ○ verandering van attitudes ○ Elaboration Likelihood Model ○ cognitieve dissonantie • De sociale context • De culturele context
34 Eigen gedrag bijsturen a.d.h.v. inzichten in leermechanismen.	<p>Leermechanismen zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Denkkader(s) behaviorisme • Klassieke en operante conditionering





	<ul style="list-style-type: none"> • Contactconditionering • Observatieel en associatief leren • Recente inzichten: bv. heuristieken, slow thinking fast thinking, egodepletie, loss aversion, gamblers fallacy • Werking van het geheugen • Korte- en lange termijngeheugen • ...
35 Diverse vormen van interpersoonlijke communicatie in verschillende contexten gebruiken.	Vormen van interpersoonlijke communicatie zoals: <ul style="list-style-type: none"> • Conversatie • Begrip • Zelfpresentatie • Formulering • Assertiviteit • Verzoening • Vertelling • ...
36 Bij de start van interpersoonlijke communicatie, een analyse maken aan de hand van criteria die een effect hebben op de communicatie.	
37 Bij de start van interpersoonlijke communicatie, een stappenplan opstellen.	<ul style="list-style-type: none"> • Doel en subdoelen • Doelgroep • Boodschap • Middelen
38 De risico's van het online gebruik van media inschatten en gepast reageren.	Zoals : <ul style="list-style-type: none"> • Cyberpesten • Persoonlijke beelden • Onbekende ontmoetingen • Beschermingsmaatregelen • ...
39 De principes van actief luisteren en assertiviteit bewust toepassen.	Actief luisteren: <ul style="list-style-type: none"> • Principes • Functies van het luisteren • Soorten/niveaus van het luisteren • Kenmerken van actief luisteren • ...

	<p>Assertiviteit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principes • Verschil tussen assertief, agressief en subassertief gedrag • Assertieve technieken • ...
<p>40 Interpersoonlijke communicatie, door middel van zakelijke omgangsvormen, optimaliseren.</p>	<p>Schriftelijke zakelijke omgangsvormen zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Briefwisseling volgens normen • Mail etiquette volgens normen • Netiquette • Social media-code • <u>Verzendlijsten</u> : <ul style="list-style-type: none"> ○ nieuwe lijst ○ uit rekenblad ○ uit tekstdocument <p>Mondelinge zakelijke omgangsvormen zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De eerste indruk • Kleding • Begroeten, aanspreken en voorstellen • Gastheer/-vrouw • Tafelmanieren • Phubbing • Small talk en smart talk • ... <p>Interculturele omgangsvormen</p>
<p>41 De persoonlijke communicatiestijl analyseren om de sterktes en zwaktes te ontdekken.</p>	<p>Oorsprong van persoonlijke communicatiegewoonten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De persoonlijkheid bv. Big Five • De emoties en het emotioneel welbevinden • Attitudes • De sociale context • De culturele context
<p>42 Constructief omgaan met feedback.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Doelen van feedback • Timing van feedback • Richtlijnen voor het geven van feedback • Richtlijnen voor het ontvangen van en omgaan met feedback • ...





<p>43 Zelfpresentatie als professionele tool hanteren. (*)²</p>	<p>Personal branding:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Online:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ sociale media ○ blogs en vlogs (U) ○ ... • <u>Offline:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ de sollicitatiebrief ○ het sollicitatiegesprek ○ persoonlijkheidstests (U)
--	--

Pedagogisch-didactische wenken:

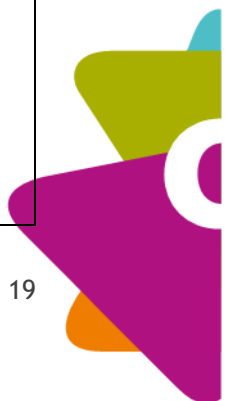
- ✓ Bij vele doelen wordt verwacht dat de complexiteit toeneemt in de loop van de opleiding. Een doel wordt dus vaak niet in één keer bereikt. De leraar komt meermaals op hetzelfde terug, maar steeds in een complexere situatie.
- ✓ (28) Mogelijke doelen kunnen zijn :
 - focus op de ontvanger: kennis overbrengen, houding veranderen, gedrag uitlokken
 - focus op de boodschap: informeren, overtuigen, motiveren, instrueren...
- ✓ (32) Dit kan gebeuren op basis van de eerder geformuleerde doelstellingen.
- ✓ (33) Hier kan bv. gewerkt worden a.d.h.v. portfolio opdrachten en zelfreflectieoefeningen. Relaties met anderen kan bv. behandeld worden via Joharivenster, kernkwadrantenmodel van Ofman, territoriumleer, roos van Leary, piramide van Maslow. Reflectie is een continu proces.
- ✓ (36) Hierbij kunnen de volgende criteria worden gehanteerd: doel van de communicatie, doelgroep, omgeving, kanaal/medium, situatie (tijdstip/plaats, eerste spreker of laatste spreker), materiële voorzieningen en noden, team, nodige expertise, eigen rol in de situatie, aanpak en werkwijze, opvolging van de communicatie, mogelijke gevolgen van de communicatie bij de ontvangers, timing, voorbereiding, organisatie ...
- ✓ (37) ICT-wenk: Een sjabloon ontwerpen voor een stappenplan (komt aan bod in doel 85)
- ✓ (43) Dit onderdeel zal wellicht de meeste leerlingen aanspreken naar het einde toe van de opleiding. Social media: bv. LinkedIn, Twitter, FB...

GROEPSCOMMUNICATIE

LEERPLANDOELSTELLINGEN	KENNIS, VAARDIGHEDEN EN ATTITUDES
<p>44 Bij de start van groepscommunicatie, een analyse maken aan de hand van criteria die een effect hebben op de communicatie.</p>	

² i.s.m. het vak Nederlands

<p>45 Bij de start van groepscommunicatie, een stappenplan opstellen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Doel en subdoelen • Doelgroep • Boodschap • Middelen
<p>46 Analyseren van diverse doelgroepen in diverse contexten.</p>	<p>Doelgroepen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persoonlijke omgeving • Eigen werkomgeving (team) • Buiten de eigen organisatie • Types referentiegroepen • Opinieleiders en volgers • Subculturen • Andere culturen • ...
<p>47 Groepsmechanismen herkennen en verklaren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Groepsstructuren: sociogram • Groepsnormen • Groepsdruk • Groepsdenken • Sociaal lanterfant • Attributietheorie • <u>Beïnvloeding:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ conformatie ○ instemmingstechnieken ○ het gehoorzamen • ...
<p>48 Samenwerken in een team.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Individuele kenmerken binnen een team • Rol van teamleden • Leiders/volgers, teamrollen • Teamgerichte doelstellingen • Groepsbevorderende activiteiten • Valkuilen van teamwerking • Conflicthantering • ...
<p>49 Op een doordachte manier communiceren in minstens drie van onderstaande situaties:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenteren • Vergaderen • Groepen rondleiden • Gelegenheidstoespraken houden 	<p>Presentatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Voorbereiding:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ analyse van het publiek ○ van boodschap naar verhaal ○ storytelling ○ ... • Presentatieomgeving en -materiaal

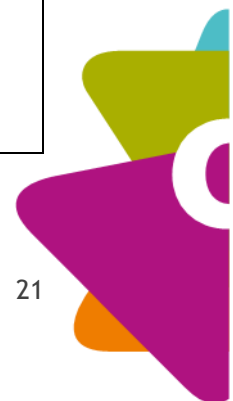




<ul style="list-style-type: none">• Debatteren• Brainstorming in team.	<ul style="list-style-type: none">• De presentator• Follow-up• ... <p>Vergadering:</p> <ul style="list-style-type: none">• Soorten vergaderingen: taakgericht/groepsgericht• Van voorbereiding tot nazorg van de vergadering:<ul style="list-style-type: none">○ tips voor een correct verloop○ voorwaarden voor een vergadering○ taken van de voorzitter/leider• ... <p>Rondleiding van groepen:</p> <ul style="list-style-type: none">• De gids• De bezoekers• De organisatie• Het rondleiden in de praktijk• ... <p>Gelegenheidstoespraken:</p> <ul style="list-style-type: none">• De voorbereiding• Vaardigheden van een goed spreker• <u>Soorten gelegenheidstoespraken zoals:</u><ul style="list-style-type: none">○ het welkomstwoord○ de afscheidsrede○ de huldigingsspeech○ het dankwoord○ de tafelspeech○ inleiden van andere sprekers○ de briefing○ ... <p>Debat :</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Debatvormen zoals:</u><ul style="list-style-type: none">○ educatieve debatvormen○ competitiedebat○ publiek debat○ ...• <u>Van voorbereiding tot debat:</u><ul style="list-style-type: none">○ de structuur van een debat○ argumenteren en argumentatieschema's○ ... <p>Brainstorming in team:</p> <ul style="list-style-type: none">• Brainstormtechnieken• <u>Brainstormen in de praktijk:</u><ul style="list-style-type: none">○ pijlers van brainstormen
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> ○ proces en spelregels van brainstormen ○ tips voor een brainstorming ○ ...
50 De vereisten voor een goede presentatie toepassen, hiervoor een geschikt presentatiepakket kiezen.	Basisregels: <ul style="list-style-type: none"> • Inhoud • Kleurgebruik • Vorm • Taal • ...
51 Invoegen en bewerken van afbeeldingen, figuren, hyperlinks, film en geluid in een presentatie.	
52 Functioneel gebruik maken van minstens 2 actuele digitale presentatiepakketten en presentatieconcepten.	<ul style="list-style-type: none"> • Basisvormgeving/sjabloon/huisstijl • Duidelijke navigatiestructuur • Animaties • Storytelling • Organogram/infographic (U) • Hand-outs/pdf/online
53 Diverse teksten schrijven, aangepast aan de doelstelling. (*) ³	Teksten zoals: <ul style="list-style-type: none"> • Korte berichten • Lead van een artikel • Artikel • Persbericht • (Kort) verslag • Uitnodiging • ...
54 Documenten ontwikkelen met een grafisch ontwerpprogramma.	<ul style="list-style-type: none"> • Pagina-indeling • Tekstkaders • Typografie • Alineastijlen • Aanmaak/opmaak van tabellen • Kleur en transparantie • Stramienen • Lagen/paden/effecten • Interne hyperlinks

³ i.s.m. het vak Nederlands

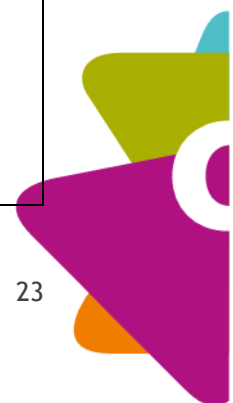




	<ul style="list-style-type: none"> • Transformatie van vormen en kaders • Integratie met andere pakketten • Verschillende paginaformaten in één document • Uitvoer van een document
55 Pdf-documenten ontwikkelen.	<ul style="list-style-type: none"> • Voordeel en doel van Pdf-bestanden • Pdf in Office • Webpagina als pdf-bestand • Vanuit gescande papieren document • Vereenvoudiging van revisies en goedkeuringen • Toevoeging van opmerkingen • Elektronische handtekening
56 Bestanden samenvoegen en combineren. (U) 57 Pdf-bestanden beschermen. (U) 58 Pdf-bestanden naar Office documenten converteren. (U) 59 Pdf-documenten bewerken. (U) 60 Formulieren maken en analyseren. (U)	
61 Taalkundig correct geformuleerde teksten schrijven (en hulpmiddelen gebruiken). (*) ⁴	<ul style="list-style-type: none"> • Spelling/spellingcontrole • Terminologie • Taalgebruik aangepast aan situatie • ...
62 Passend beeld kiezen bij een boodschap.	<ul style="list-style-type: none"> • Beeld in functie van de boodschap en doelgroep • Eenvoudige en gevorderde manipulaties • Beeldenbank • Regelgeving i.v.m. auteursrecht en portretrecht
63 Zelf beelden produceren op micro- en mesoniveau, rekening houdend met standaardregels voor visuele communicatie. 64 Digitale foto's aanpassen met behulp van een semiprofessioneel pakket. (U)	Standaardregels: <ul style="list-style-type: none"> • Compositie: regel van derden, sterke beeldpunten, perspectief... • Kleurgebruik • Contrast • Resolutie • ...

⁴ i.s.m. het vak Nederlands

	<p>Aandachtspunten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lijnen • Kader in een kader • Voorgrondelement • ...
65 Digitale afbeeldingen aanpassen.	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Afmetingen:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ pixels, resolutie ○ aangepaste afbeeldingsgrootte • <u>Kleurcorrecties:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ histogram ○ helderheid/contrast • Selecties • <u>Fotobewerking:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ uitsnijden ○ rechttrekken ○ rode ogen ○ reparatie ○ klonen • <u>Lagen:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ tekstlaag ○ vormlaag • Verschillende bestandsindeling
66 Eenvoudige video's en digitale geluidsfragmenten maken (U) en aanpassen.	<ul style="list-style-type: none"> • Het downloaden • <u>Geluidsfragment met:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ muziek en tekst ○ verschillende geluidsterktes, faden ○ verschillende snelheden • <u>Filmpje met:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ geluid, foto's en videomateriaal ○ ondertitels (U) ○ titel en generiek • Uploaden naar een videoplatform
67 Tekst en beeld in een concrete vorm gieten, rekening houdend met het medium en het doel.	
68 Vakkundig gebruik maken van een tekstverwerkingspakket om informatie te rapporteren.	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwerp titelpagina • Stijlen • <u>Paginaopmaak:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ sectie-einde ○ kop- en voetteksten (met

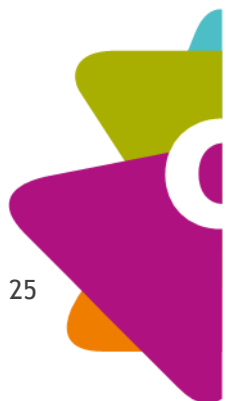




	<p style="text-align: center;">paginanummering)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Invoeging van tabellen en grafieken • Grafische voorstellingswijzen • Automatische nummering van figuren en tabellen • Automatische inhoudsopgave en indexen
<p>69 Vakkundig gebruik maken van een rekenblad om informatie te rapporteren:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strukturelementen selecteren, kopiëren, verplaatsten, invoegen, verbergen, zichtbaar maken en verwijderen. - Formules met functies toepassen. - Formules met relatieve, absolute en gemengde celadressering toepassen. - Een rekenblad functioneel opmaken. - Een rekenblad of een gedeelte ervan afdrukken. - Bestaande rekenbladen en eenvoudige grafieken aanpassen. - Met grote rekenbladen werken. - Rekenbladen met meerdere werkbladen verwerken. - Cijfergegevens invoeren en gebruiken om een grafiek aan te maken, ook gecombineerde grafieken. (U) - Draaitabellen toepassen. (U) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cel, kolom, rij, werkblad • <u>Functies</u> zoals: <ul style="list-style-type: none"> ○ aantal ○ som ○ gemiddelde ○ afronden ○ horizontaal en verticaal zoeken ○ datum-en tijdfunctie ○ ... • <u>Opmaak</u>: <ul style="list-style-type: none"> ○ getalopmaak ○ lettertype ○ kleur ○ randen ○ beveiliging ○ voorwaardelijke opmaak ○ sorteren ○ opmerkingen ○ ...
<p>70 Bronnen vermelden volgens de heersende standaardregels.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • In tekstregel of in een voetnoot/eindnoot • Een automatische bibliografie/bronvermelding
<p>71 Delen van en samenwerken aan eenzelfde document.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Online en offline • Functie 'redigeren' • Synchron en asynchron • Het delen en beheer van rechten

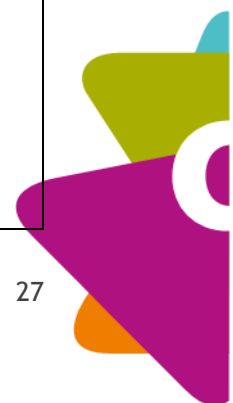
Pedagogisch-didactische wenken

- ✓ (44) Hierbij kunnen de volgende criteria worden gehanteerd: doel van de communicatie, doelgroep, omgeving, kanaal/medium, situatie (tijdstip/plaats, eerste spreker of laatste spreker), materiële voorzieningen en noden, team, nodige expertise, eigen rol in de situatie, aanpak en werkwijze, opvolging van de communicatie, mogelijke gevolgen van de communicatie bij de ontvangers, timing, voorbereiding, organisatie ...
- ✓ (45) ICT-wenk: Hier kan al gewerkt worden met een sjabloon te ontwerpen voor een stappenplan. (zie doel 85)
- ✓ (48) Conflicthantering kan ter sprake worden gebracht met o.a. gebruik van territoriumtheorie van Bakker.
- ✓ (48) ICT-wenk: Hier kan men al met meerdere personen een document vormgeven, gebruik makend van de functie redigeren. Ook gebruik maken van online mogelijkheden. Dit komt aan bod in ICT-doel 71.
- ✓ (52) Presentatiepakketten/concepten zijn bv. Microsoft Powerpoint, Prezi, Pecha Kucha, Capzles, ClearSlide/SlideRocket, Powtoon.
- ✓ (53) Voor een persbericht kan gewerkt worden volgens de SOLAADS-formule van Jeffkins.
- ✓ (54) Professionele programma's hebben vaak niet-betalende alternatieven. Een professioneel grafisch ontwerpprogramma is een programma met de volgende mogelijkheden :
 - goede PDF-export
 - uitgebreide mogelijkheden van alinea- en tekenstijlen
 - gebruik van meerdere basispagina's
 - extern beheer van afbeeldingen.
- ✓ (55) Deze doelen kunnen bereikt worden zonder dure software.
- ✓ (56) tot (60) ICT-Uitbreiding: een aantal van deze doelen kunnen eventueel via een niet-betalende online-tool worden verwezenlijkt.
- ✓ (63) Met micro- en mesoniveau doelen we op persoonlijk en semiprofessioneel niveau. Maak hiervoor eventueel gebruik van een digitale reflexcamera.
- ✓ (65) Hiervoor bestaan betalende en niet-betalende pakketten.
- ✓ (71) Aanbieders hiervoor zijn bv.: GoogleDocs, Office 365, Zoho



LEERPLANDOELSTELLINGEN	KENNIS, VAARDIGHEDEN EN ATTITUDES
<p>72 Kenmerken omschrijven van een organisatie om toe te passen op een gegeven organisatie.</p>	<p>Kenmerken zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sociale samenwerkingsverbanden • Doelgericht • Formele structuur • Relatief permanent • Gebruik van middelen en technologie • Coördinatie en taakverdeling • Organisaties versus groepen • ...
<p>73 Het begrip “organisatiecultuur” definiëren, de soorten organisatiecultuur herkennen en de gevolgen ervan omschrijven.</p>	<p>Organisatiecultuur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definitie • <u>Types:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ mensgericht ○ resultaatgericht ○ beheersgericht ○ innovatiegericht • <u>Soorten:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ machtscultuur ○ rolcultuur ○ taakcultuur ○ persoonscultuur • ...
<p>74 De rol van het individu en de groep binnen de organisatie verduidelijken a.d.h.v. een gegeven organisatie.</p>	<p>Het individu aan het werk zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jobtevredenheid en jobengagement • Stress en burn-out (symptomen, oorzaken, preventie en behandeling) • Anti-stresstechnieken • Probleemoplossend vermogen (a.d.h.v. rollenspellen) • De organisatiestructuur (organigram, hiërarchie, functies, takenverdeling) • ... <p>Groepen aan het werk zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groepsvorming en groepsontwikkeling • Besluitvorming • Conflict en onderhandeling • Normen en rollen • Leiding

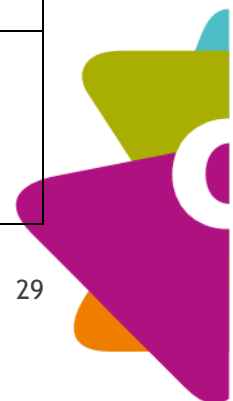
	<ul style="list-style-type: none"> • Samenwerking • ...
75 Het begrip organisatiecommunicatie definiëren en haar niveaus en praktijk onderscheiden a.d.h.v. concrete voorbeelden.	<p>Niveaus van organisatiecommunicatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microniveau • Mesoniveau • Macroniveau <p>Praktijk van organisatiecommunicatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lijn- versus staffunctie • Centralisatie versus subsidiariteit • In-house versus outsourcet • ... <p>Onderdelen van organisatiecommunicatie zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Managementcommunicatie • Bedrijfscommunicatie • Marketingcommunicatie • ... <p>Klassieke specialisaties zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Public relations • Marketing • Reclame • Publiciteit • Voorlichting • Propaganda • ... <p>Moderne indeling zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evenementencommunicatie • Crisiscommunicatie • Interne communicatie • Public affairs (lobbying) • Sponsoring, crowdfunding, ambush marketing • ...
76 De verschillende specialisaties van organisatiecommunicatie toelichten en herkennen.	
77 Actuele trends binnen de organisatiecommunicatie toelichten a.d.h.v. praktijkvoorbeelden.	<p>Actuele trends bv.</p> <ul style="list-style-type: none"> • De emotiesamenleving • <u>Branding</u>: <ul style="list-style-type: none"> ○ definitie ○ vormen ○ belang van branding ○ merkenbeleid en -strategieën (U)





	<ul style="list-style-type: none"> • Sociaal ondernemen • ...
<p>78 Het begrip “stakeholder” definiëren en van een gegeven organisatie in kaart brengen.</p>	<p>Belangrijkste stakeholders:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Intern</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ personeel ○ management ○ ... • <u>Extern zoals:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ klanten/consumenten: segmentatie ○ concurrenten: SWOT en USP ○ buren ○ overheid ○ media ○ publiek ○ leveranciers ○ actiegroepen ○ ...
<p>79 De factoren die het gedrag van de doelgroep beïnvloeden beschrijven.</p>	<p>Factoren zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Cultureel:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ omschrijving ○ belang ○ kenmerken ○ low-context versus high context cultuur • <u>Sociaal:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ referentiegroepen, ○ familie: types gezinnen en huishoudens, cohortentheorie ○ sociale rol ○ status: positie, prestige, macht, kapitaal • <u>Persoonlijk:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ leeftijd ○ levensstijl ○ zelfconcept ○ persoonlijkheid • <u>Psychologisch:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ motivatie ○ behoeften versus doelen ○ perceptie ○ geheugen ○ attitude ○ emoties • ...

<p>80 Aan de hand van concrete voorbeelden, aantonen hoe de maatschappij/een organisatie gebruik maakt van waarnemingspsychologie om communicatie te verduidelijken.</p>	<p>Waarnemingspsychologie zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kleurgebruik • Het zien/het voelen/het ruiken...
<p>81 De planmatige aanpak van organisatiecommunicatie herkennen en het belang ervan begrijpen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Communicatieplan:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ doelen en subdoelen ○ doelgroepen ○ boodschap ○ middelen • <u>Communicatiemix:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ marketing- en dienstenmarketingmix ○ POES-model (of converged media): paid, owned, earned en shared media ○ ... • Communicatiematrix: plaatsing communicatiemix tegenover de stakeholders • ...
<p>82 De verschillende instrumenten binnen de organisatiecommunicatie in kaart brengen a.d.h.v. voorbeelden.</p>	<p>Instrumenten zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redactioneel drukwerk: folders, brochures, jaarverslagen, bedrijfsbladen... • <u>Evenementen</u> zoals: <ul style="list-style-type: none"> ○ bedrijfsbezoek ○ congres ○ beursdeelname ○ opendeurdag ○ recepties en jubilea ○ persevenementen: persconferentie, persbezoek, perslunch, persbijeenkomst ... ○ hybrid events ○ ... • Sponsoring, donatie, crowdfunding, product placement, ambush marketing... • Winkelcommunicatie en reclame • Online: website, blog, sociale media, social newsroom, virale marketing... • ...
<p>83 De begrippen “reputatie”, “identiteit” en “imago” definiëren en het spanningsveld ertussen als centrale functie van de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Definitie:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ identiteit: huidige/actuele en gewenste/ideale ○ imago: huidige/actuele en gewenste/ideale

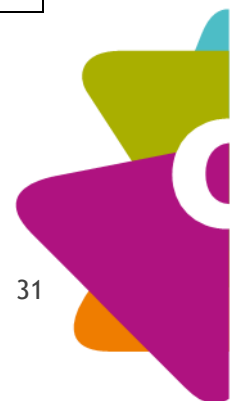




<p>organisatiecommunicatie herkennen. (*)⁵</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ reputatie: (online) reputation management • Componenten • Het spanningsveld tussen huidige en gewenste identiteit en imago
<p>84 De huisstijl van een organisatie achterhalen en omschrijven.</p>	<p>Huisstijlstructuren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monolithisch • Onderschreven • Branded • ... <p>Huisstijlcomponenten zoals:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logo • Huisstijlkleuren • Typografie • Grafische elementen • Slogan en mission statement • Huisstijldragers • Huisstijlhandboek • ...
<p>85 Een sjabloon ontwerpen, gebruiken en wijzigen.</p>	
<p>86 Op micro- en mesoniveau de bestaande huisstijl toepassen in de communicatie van een organisatie.</p>	<p>Een DTP-pakket:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Typografie • Structuur in de lay-out • CRAP: contrast, herhaling, groepering en nabijheid • Bestandsindelingen • PDF-bestand <p>Toepassing op bv.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banners • Drukwerk • Websitebijdragen • Presentaties • Badges • Gebouwen en signalisatie • Gadgets en relatiegeschenken • Personen: <ul style="list-style-type: none"> ○ uniform

⁵ Afspraken maken met de leerkracht van het vak Toegepaste economie

	<ul style="list-style-type: none"> ○ kledijafspraken ○ eigen verzorging • ...
87 Een eenvoudige website maken. (U)	
88 Op micro- en mesoniveau een communicatieplan opstellen en in de praktijk omzetten.	<p>Een communicatieplan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bepaling van doelen en subdoelen • Selectie van doelgroep(en) • Bepaling van de boodschap • Inzet van middelen • Resultaat
89 Op micro- en mesoniveau de praktische organisatie van een (klein) evenement verzorgen van A tot Z.	<p>Voorbereiding:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offertes • Budgettering • Concept • Draaiboek • Briefings • Datamerge bv. etiketten, badges, gastenlijst, registratielijst... • ... <p>Ontwerp van evenementendrukwerk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Affiches en uitnodigingen • Documentatiemappen, folders en brochures • ... <p>Follow-up:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eindrapport • Een tevredenheidsenquête (U) • ...
90 Een communicatieplan en draaiboek lezen, een huisstijlhandboek en drukwerkspecificaties interpreteren, hiertoe met de verschillende betrokkenen communiceren om te voldoen aan de klantvraag.	<ul style="list-style-type: none"> • De klantvraag • Een communicatieplan en draaiboek • Een huisstijlhandboek • <u>Drukwerkspecificaties</u> zoals: <ul style="list-style-type: none"> ○ vormaspecten ○ bestandsindeling ○ afbeeldingen ○ kleursystemen • Druktechnieken (U)





Pedagogisch-didactische wenken :

- ✓ (76) Om beter aan te sluiten bij reële situaties kan een bezoek gebracht worden aan een communicatiedienst of nodig sprekers uit.
- ✓ (77) Vormen van branding kunnen bv. zijn: product branding, corporate branding, internal branding, employer branding.
- ✓ (77) Hierdoor kan het enthousiasme voor een komende beroepscontext toenemen: vaktijdschriften, blogs en elektronische nieuwsbrieven in de communicatie- en marketingsector.
- ✓ (80) The Loop (Antwerpen) geeft hiervan mooie voorbeelden.
- ✓ (83) Hierbij kan de spinnenwebmethode worden toegepast.
- ✓ (86) Mogelijke DTP-pakketten kunnen bv. zijn: Adobe InDesign (betalend), Microsoft Publisher, Scribus...
- ✓ (87) Hiervoor kan bv. vertrokken worden van een professioneel voorbeeld zoals een filmposter, Pinterest...
- ✓ (88) Hiervoor kan bv. vertrokken worden van een SWOT-analyse.
- ✓ (89) Voorbeelden van haalbare evenementen kunnen zijn: een evenement op school, een evenement voor het personeel, de GIP-beurs, een persconferentie, een evenement rond bedrijfspromotie.
- ✓ (89) ICT-wenk: doel 54 i.v.m. documentontwerp is hierbij van belang.
- ✓ (90) De bedoeling is dat men met voldoende kennis van zaken met de betrokkenen kan communiceren, zodat afspraken duidelijk zijn en dat elke betrokkenen hetzelfde verstaat. Het is vanzelfsprekend dat men hiervoor een concreet draaiboek van een professioneel evenement als basis gebruikt.

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 Het vaklokaal, dat dienst doet als inspirerende leeromgeving

- Om de beoogde doelstellingen van het leerplan te kunnen bereiken, moet men in het lokaal gebruik kunnen maken van het internet en moet elke leerling en leerkracht kunnen beschikken over moderne (mobiele) communicatiemiddelen: bv. Pc, laptop, tablet ...
- In het vaklokaal moet elke leerling toegang hebben tot breedbandinternet, ook draadloos (staat dit dan dubbel?)
- Er moet mogelijkheid zijn tot scannen en afdrukken binnen de school: scanner, (netwerk)kleurenprinter ...
- Er moet mogelijkheid zijn tot telefoneren: online en offline
- Er moet mogelijkheid zijn tot opname en verwerking van audio/visuele media: opnameapparatuur (camera, microfoon, statief ...)
- Er moet mogelijkheid zijn tot online of offline media-opslag en -sharing
- Er moet mogelijkheid zijn tot BYOD (Bring Your Own Device)

7.3 Softwarepakketten

- Officepakketten: online en offline
- Presentatiesoftware: online en offline
- Grafische software (al dan niet betalend)
- Montagesoftware (al dan niet betalend): auditief, visueel, audiovisueel

7.4 Bronnen

- Toegang tot diverse online en offline bronnen:
 - Algemene pers
 - Vaktijdschriften





7.5 Presentatiemogelijkheden

- Professionele presentatieomgeving:
 - Dataprojector of smart-tv of digitaal bord met de bijhorende afstandsbediening en een pointer
 - (Draadloze) geluidsversterking: bv. microfoon, headset, statief ...
 - Flip-over

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 stageplaatsen, 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.

9 Geïntegreerde proef

In het 2de leerjaar van de 3de graad van het technisch, het kunst- en het beroepssecundair onderwijs en in het 3de leerjaar van de 3de 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 externe deskundigen. Hun evaluatie zal deel uitmaken van het deliberatiedossier.

Vakkenintegratie:

- Betrek ook de vakken Frans en Engels bij de GIP.
- Betrek alle vakken van het studierichtingsgedeelte en integreer leerplandoelstellingen uit de verschillende onderdelen van o.a. TV Public relations en TV Toegepaste economie.
- ...

Advies:

Zowel individuele als groepsopdrachten kunnen aan bod komen.

Voorbeelden van mogelijkheden:

- De communicatiemix van een organisatie toelichten.
- Het organiseren van een event binnen de school of in een educatieve omgeving.
- De berichtgeving rond een organisatie of een gebeurtenis in kaart brengen.
- De beeldvorming van een organisatie toelichten.
- ...





10 Stage

Om de doelstellingen van dit leerplan te realiseren, wordt gestreefd naar leersituaties die de reële arbeidssituatie zo dicht mogelijk benaderen. Het behoort tot de verplichting van de school om de leerlingen ook een vorm van stage te laten doorlopen. De leerling krijgt zo de mogelijkheid om de op school aangeleerde kennis, vaardigheden en attitudes op de stageplaats in te oefenen en/of uit te breiden.

De school is verantwoordelijk voor de organisatie van de stage.

De stage moet altijd gebeuren conform de omzendbrief betreffende leerlingenstages in het voltijds secundair onderwijs die u kan raadplegen via www.ond.vlaanderen.be/edulex > omzendbrieven > secundair onderwijs > stages.