

**VERKOOP EN DISTRIBUTIE
DERDE GRAAD TSO • DERDE LEERJAAR**

september 2004
LICAP – BRUSSEL D/2004/0279/026

VERKOOP EN DISTRIBUTIE DERDE GRAAD TSO • DERDE LEERJAAR

LEERPLAN SECUNDAIR ONDERWIJS

LICAP – BRUSSEL D/2004/0279/026
September 2004
(vervangt D/1995/0279/070)
ISBN-nummer: 90-6858-429-4



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

Inhoud

Lessentabel	5
1 Inleiding	6
2 Profiel van de studierichting	6
3 Beginsituatie	7
4 Algemene doelstellingen	7
5 Algemene pedagogisch-didactische wenken	7
6 Competenties, leerinhouden en leerplandoelstellingen	9
7 Evaluatie	16
8 Minimale materiële vereisten	18
9 Bibliografie	18

Lessentabel

<i>Pedagogische vakbenaming</i>	<i>uren/week</i>	<i>Administratieve vakbenaming</i>
Minimum-maximum	30-36	
Godsdienst	2	AV Godsdienst
Lichamelijke opvoeding	0-2	AV Lichamelijke opvoeding
Engels	2	AV Engels
Frans	3	AV Frans
Nederlands	3	AV Nederlands
Stage	8-9	PV/TV Stage Toegepaste economie
Verkoop en distributie	12-15	TV Toegepaste economie/Toegepaste informatica

Voor deze vakken is het leerplan in deze brochure opgenomen.

1 Inleiding

Dit leerplan is ontwikkeld vanuit competenties en maakt een aanpak gericht op competentieontwikkelen mogelijk. Dat wil zeggen dat de organisatie van het hele leerproces erop gericht is leerlingen de kans te bieden de doelstellingen van de studierichting als een samenhangend geheel te laten bereiken. Die doelstellingen zijn de vertaling van competenties. Een competentie is een combinatie van vaardigheden, kennis, attitudes en persoonskenmerken die een persoon in een bepaalde situatie inroept om een bepaald probleem aan te pakken. In het competentieontwikkelen denken vormen niet de vakken het uitgangspunt, wel de competenties. Kennis en vaardigheden zijn nodig om een competentie te verwerven en worden daarbinnen dan ook gekaderd. Ze worden dan ook best in de context geleerd. Voor dit leerplan is de context die van de business-to-client-verkoop/vertegenwoordiging.

2 Profiel van de studierichting

Het derde leerjaar van de derde graad 'Verkoop en distributie' wil de leerling praktisch en doelgericht voorbereiden om in een commerciële omgeving op een ethische manier de business-to-client verkoop individueel en in teamverband, zowel in de profit- als de non-profitsector, gestalte te geven.

De opleiding stopt op beroepsprofiel 'Vertegenwoordiger', waarin de kwalificatiebehoeften voor het beroep worden uiteengezet.

(De leerling wordt niet opgeleid voor winkerverkoop, wel voor 'mobiele' verkoop zoals externe verkoper, vertegenwoordiger, verkoper op een beurs, op een demonstratieplaats ...)

De leerling Verkoop en distributie verwerft volgende competenties:

- 1 als vertegenwoordiger de verkoop plannen en voorbereiden;
- 2 als vertegenwoordiger in teamverband werken;
- 3 als vertegenwoordiger de verkoop uitvoeren en de resultaten ervan rapporteren en toelichten;
- 4 als vertegenwoordiger de administratie van de verkoop verzorgen, ...
- 5 als vertegenwoordiger bij een bestaand klantenbestand de verkoopbaarheid van een nieuw product nagaan (prospecteren);
- 6 als vertegenwoordiger een nieuwe markt verkennen en openen (prospecteren) **(U)**;
- 7 als vertegenwoordiger een (beperkte) promotiecampagne opzetten en uitvoeren.

De leerlingen verwerven kennis van management- en verkooptechnieken.

Zij verwerven de theoretische achtergrond die nodig is voor de business-to client-verkoop.

De afstuderende handelt binnen de wet op de handelspraktijken, de wet op de bescherming van de levenssfeer en de wet op het consumentenkrediet en kan zijn handelen ethisch kaderen.

Het zevende jaar 'Verkoop en distributie' is een kortdurende maar levensechte, directe en praktische voorbereiding op het beroep van verkoper/vertegenwoordiger en is ook zo georganiseerd:

- uitdagend en veeleisend;
- inspelend op de omgeving (intense contacten met bedrijven uit de buurt);
- levensecht:
 - vergaderen,
 - rapporteren,
 - werken met deadlines,

- werken met intranet,
- competitief zijn (verkoopscores, eigen initiatieven om het steeds 'beter' te doen,...);
- blokstages met reflectie.

3 Beginsituatie

Deze studierichting is een specialisatiejaar aansluitend op de studierichtingen van het studiegebied Handel maar door de aard van de opleiding kunnen ook afgestudeerden SO met een andere vooropleiding instappen. In elk geval moet de leraar in zijn didactisch handelen met de verschillende beginsituaties van leerlingen rekening houden.

De leerling die voor deze opleiding kiest, wenst op korte termijn geen hogere studiën aan te vatten. Hij of zij wil op korte termijn als verkoper/vertegenwoordiger in het arbeidsleven stappen en is bereid om op een actieve wijze ervaring in de verkoopbranche op te doen.

4 Algemene doelstellingen

De leerlingen kunnen op het einde van dit specialisatiejaar:

- zich situeren binnen de wereld van de verkoop;
- contact opnemen met klanten;
- de verkoop plannen en voorbereiden;
- verkopen rekening houdend met de wet op de handelspraktijken (1991), de wet op het consumentenkrediet en de wet op de persoonlijke levenssfeer, en de resultaten van de verkoop rapporteren en toelichten;
- de administratie van de verkoop uitvoeren;
- de verkoopbaarheid van een nieuw product binnen een bestaand klantenbestand nagaan;
- een nieuwe markt verkennen en openen (**U**);
- een beperkte promotiecampagne opzetten en uitvoeren rekening houdend met de wet op de handelspraktijken (1991), de consumentenwetgeving en de wet op de privacy;
- een werkvergadering plannen, organiseren en leiden.

De leerlingen worden in drie talen communicatief vaardig in commerciële situaties.

5 Algemene pedagogisch-didactische werken

Het leerplan is opgesteld vanuit het concept van competentieontwikkelen leren. Het denken vanuit competenties maakt dat de doelstellingen worden afgebakend, de manier waarop ze bereikt worden niet. Het lerarenteam kan eigen accenten leggen en een eigen aanpak uitwerken. Bedoeling is wel dat wat als competentie geformuleerd is, ook zoveel mogelijk in samenhang geleerd wordt.

De doelstellingen kunnen bereikt worden via een combinatie van praktijkgerelateerde opdrachten, projecten, minionderneming, stages. Opdrachten construeren is niet eenvoudig. Ze worden zo geformuleerd dat ze levensrecht en uitdagend zijn. Ze nemen in moeilijkheidsgraad en complexiteit toe en stellen de leerling in staat te leren wat geleerd wil worden.

Elke competentie bevat kenniselementen, vaardigheden en attitudes. De leerplandoelstellingen zijn rond deze drie elementen opgebouwd. Deze drie elementen moeten ook in de evaluatie geïntegreerd aan bod komen. Met de realisatie van de leerplandoelstellingen kunnen meteen ook kenniselementen, vaardigheden en attitudes geëvalueerd worden.

Competentieontwikkeland leren en de geïntegreerde proef

Via de geïntegreerde proef evalueert men of de competenties (alle of een deel ervan), zoals deze worden omschreven in het profiel van de studierichting door de jongere verworven zijn.

Leren via integrale opdrachten en kiezen voor een leerproces waar leren in samenhang voorop staat is op zich al integraal werken.

De geïntegreerde proef bestaat dus uit één of meerdere van de opdrachten in het onderdeel "Verkoop en distributie". Wanneer men in deze opdrachten de link legt met de andere vakken heeft men de mogelijkheid integraal te werken over de volledige studierichting.

Competentieontwikkeland leren en stages

Stage is naast integrale opdrachten, projecten, minionderneming een werkvorm waarbinnen competenties verworven en /of verder ingeoeffend kunnen worden.

Het is aan de school om, in overleg met het stagebedrijf, het moment van de stage vast te leggen en de stagevorm te bepalen.

De leerlingen lopen minimaal 8 weken blokstages verdeeld over minimaal twee periodes van vier weken in één bedrijf. Ook buitenlandse stages zijn mogelijk.

De stagebegeleider en stagementor maken, liefst in overleg met de leerling-stagiair, samen een stageplan op, waarin de doelstellingen van de stage worden geformuleerd. De leerplandoelstellingen geformuleerd in 'Verkoop en distributie' dienen hiervoor als uitgangspunt. De stagiair(e) moet de kans krijgen zoveel mogelijk taken 'zelf' uit te voeren. Het is noodzakelijk dat de stagementor de stagiair(e) degelijk coacht. Op geregelde tijdstippen evalueert de stagiair(e) zichzelf aan de hand van het stageplan. De stagementor evalueert eveneens de leerling. In een gesprek tussen stagementor, stagebegeleider en leerling worden beide evaluaties samengebracht. Zo is de stagiair(e) in staat vorderingen vast te stellen, kunnen eventueel bijkomende doelstellingen worden geformuleerd.

Er wordt gestreefd naar het geleidelijk opvoeren van de moeilijkheidsgraad van de stageactiviteiten en naar het diversifiëren van de opdrachten zodat alle aspecten, geformuleerd in het stageplan, aan bod komen.

Raadpleeg voor de organisatie van de stage regelmatig omzendbrief SOZ (91)15 van 10 juli 1991. (www.ond.vlaanderen.be/edulex/database/document/document.asp?docid=13301). De stagereglementering verandert nogal eens. Het VVKSO publiceert regelmatig mededelingen, gebaseerd op de omzendbrief. U kan deze opvragen op uw schoolsecretariaat onder het nummer KI. 50.01.04. U kan ze ook raadplegen op de website <http://handel.vvkso.be>.

Algemeen realiseert men via de stage volgende doelstellingen

- De leerling wordt via de stage geconfronteerd met het toekomstige werkmilieu en met de realiteit van het beroep.
- De leerling toetst zijn verworven competenties in een concrete arbeidssituatie.
- De leerling leert rekening houden met de factoren tijd, tempo, efficiëntie, productiviteit en kwaliteitszorg in een concrete arbeidssituatie.

De specifieke stageopdrachten en daarmee de doelstellingen die bereikt worden, zijn afhankelijk van de bedrijfscontext.

6 Competenties, leerinhouden en leerplandoelstellingen

Competentie 1: Als vertegenwoordiger de verkoop plannen en voorbereiden

De leerling leert:	Leerinhoud (kennis en vaardigheden om competentie te kunnen verwerven)	Leerplandoelstellingen (wat geëvalueerd wordt)
zich situeren binnen de wereld van de verkoop	<ul style="list-style-type: none"> • belang van de bedrijfscultuur • organigram van een verkoopafdeling • statuut van verkoper (bediende), handelsvertegenwoordiger en handelsagent • begrippen van verkoopsorganisatie • balans tussen werk en privéleven 	<ol style="list-style-type: none"> 1 een eigen opinie over de verkoopwereld formuleren. 2 de plaats van de vertegenwoordiger binnen een bedrijfsstructuur aangeven. 3 omschrijven voor welke verkoopfunctie(s) hij zich interesseert. 4 de invloed van evoluties in de actualiteit op het verkopen en de functie van vertegenwoordiger duiden.
contact opnemen met klanten	<ul style="list-style-type: none"> • mondelinge zakelijke communicatie voor verkoop • schriftelijke zakelijke communicatie voor verkoop • agendabeheer • e-mail 	<ol style="list-style-type: none"> 5 een agenda bijhouden en opvolgen. 6 met e-mail en agendabeheerder werken. 7 op een correcte wijze een telefonische afspraak maken (Nederlands, Frans, Engels). 8 een zakelijk telefoongesprek voeren (Nederlands, Frans, Engels). 9 schriftelijk het eerste contact met klanten leggen (Nederlands). 10 schriftelijk het eerste contact met klanten leggen (Frans (U)).
de verkoop plannen	<ul style="list-style-type: none"> • klantenprofielen • verkoopgesprek • in teamverband werken 	<ol style="list-style-type: none"> 11 verkoopstrategieën in een verkoopgesprek in teamverband (mondeling) voorbereiden. 12 klantenprofielen herkennen. 13 een verkoop schriftelijk voorbereiden. 14 de resultaten van een in teamverband voorbereid verkoopgesprek vertalen naar de concrete eigen verkoopsituatie.

Competentie 2: Als vertegenwoordiger in teamverband werken

De leerling leert:	Leerinhoud (kennis en vaardigheden om competentie te kunnen verwerven)	Leerplandoelstellingen (wat geëvalueerd wordt)
een werkvergadering plannen, organiseren, en leiden	<ul style="list-style-type: none">• werkvergadering• planning• team targets	15 een agenda van een werkvergadering opstellen. 16 een werkvergadering organiseren. 17 in teamverband targets bepalen.
deelnemen aan werkvergaderingen		18 voor zichzelf notities nemen van een werkvergadering
een werkvergadering verslaan	samenhang notities en verslag van vergadering	19 notities nemen voor het verslag van een werkvergadering 20 (elektronisch) verslag maken van een werkvergadering (Nederlands)

Competentie 3: Als vertegenwoordiger de verkoop uitvoeren en de resultaten ervan rapporteren en toelichten.

De leerling leert:	Leerinhoud (kennis en vaardigheden om competentie te kunnen verwerven)	Leerplandoelstellingen (wat geëvalueerd wordt)
<p>verkopen rekening houdend met de wet op de handelspraktijken (1991), de wet op het consumentenkrediet en de wet op de persoonlijke levenssfeer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • product- en marktkennis • kennis van zijn eigen firma en van de branchecollega's • voordelen voor de koper • goed gesprek: kenmerken, technieken • lichaamstaal • verkoopgesprek • taalregisters • belang van luisteren • argumenteren • empathie • belang van kledij in de verkoop • verkoopondersteunende middelen (sellogram, demonstratie, degustatie,...) • onderhandelingstechnieken • klantenprofielen • basisregels van etiquette bij verkoop • notities • samenhang tussen notities en verkoopverslag • evaluatie van verkoopgesprekken • presentatie van een product/dienst 	<p>21 een gesprek aanknopen (Nederlands, Frans, Engels) en gepast taalregister kiezen (Nederlands).</p> <p>22 zichzelf en het bedrijf voorstellen (Nederlands, Frans, Engels).</p> <p>23 een verkoopgesprek voeren (Nederlands, Frans, Engels).</p> <p>24 een professionele presentatie van een dienst/product geven (Nederlands, Frans, Engels).</p> <p>25 informatie verstrekken over het te verkopen product (Nederlands, Frans, Engels).</p> <p>26 een verkoopgesprek met argumenten onderbouwen.</p> <p>27 tijdens het verkoopgesprek op het klantenprofiel inspelen.</p> <p>28 onderhandelingstechnieken van de tegenpartij herkennen en erop inspelen.</p> <p>29 op een professionele manier gebruik maken van verkoopsondersteunende middelen.</p> <p>30 de essentie uit een gesprek halen (Nederlands, Frans, Engels).</p> <p>31 notities maken van een zakelijk gesprek (Nederlands).</p> <p>32 notities maken van een zakelijk gesprek (Frans (U)).</p> <p>33 mondeling zakelijk contact onderhouden met klanten (Nederlands, Frans).</p> <p>34 schriftelijk zakelijk contact met klanten onderhouden (Nederlands).</p> <p>35 schriftelijk zakelijk contact met klanten onderhouden (Frans (U)).</p> <p>36 Een elektronische presentatie maken met een presentatiepakket.</p>

De leerling leert:	Leerinhoud (kennis en vaardigheden om competentie te kunnen verwerven)	Leerplandoelstellingen (wat geëvalueerd wordt)
	<ul style="list-style-type: none"> • Klachtenbehandeling • Televerkoop • ethische principes bij het zakendoen 	<p>37 volgens concrete bedrijfsprocedures klachten behandelen.</p> <p>38 een klachtenbehandeling integreren in een verkoopgesprek.</p> <p>39 televerkopen (Nederlands).</p> <p>40 televerkopen (Frans (U), Engels (U))</p> <p>41 het ethisch werken van een (stage)bedrijf beoordelen.</p> <p>42 de eigen verkoopactiviteiten ethisch beoordelen.</p>
resultaten van de verkoop rapporteren en toelichten	<ul style="list-style-type: none"> • berekenen van verkoopresultaten • analyse van verkoopresultaten • rapportering van verkoopresultaten • presentatie van verkoopresultaten 	<p>43 verkoopresultaten berekenen.</p> <p>44 verkoopresultaten analyseren.</p> <p>45 een (elektronisch) rapport van verkoop opmaken.</p> <p>46 verkoopstatistieken opmaken.</p> <p>47 verkoopresultaten presenteren en toelichten.</p>

Competentie 4: Als vertegenwoordiger de administratie van de verkoop verzorgen

De leerling leert:	Leerinhoud (kennis en vaardigheden om competentie te kunnen verwerven)	Leerplandoelstellingen (wat geëvalueerd wordt)
de administratie van de verkoop uitvoeren	<ul style="list-style-type: none"> • grondige praktische kennis van tekstverwerking en rekenblad voor verkoop • noties van bestandsbeheer • documenten in de verkoopadministratie: elektronisch/papier • verkoopstaat • berekenen van facturen 	<p>48 een verkoopstaat lezen.</p> <p>49 een verslag van een verkoopsgesprek elektronisch verwerken.</p> <p>50 een klantenbestand aanmaken.</p> <p>51 elektronische verkoopformulieren invullen (Nederlands).</p> <p>52 elektronische verkoopformulieren invullen Frans (U).</p> <p>53 verkoopverslagen maken (Nederlands).</p> <p>54 verkoopverslagen maken (Frans (U)).</p> <p>55 offertes maken.</p> <p>56 facturen berekenen.</p> <p>57 documenten die verband houden met de verkoopadministratie invullen (Nederlands).</p> <p>58 documenten die verband houden met de verkoopadministratie invullen (Frans (U)).</p>

Competentie 5: Als vertegenwoordiger bij een bestaand klantenbestand de verkoopbaarheid van een nieuw product nagaan (prospectie)

De leerling leert:	Leerinhoud (kennis en vaardigheden om competentie te kunnen verwerven)	Leerplandoelstellingen (wat geëvalueerd wordt)
<p>de verkoopbaarheid van een nieuw product binnen een bestaand klantenbestand nagaan</p> <p>resultaten van markt- en productstudie presenteren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • productstudie: begrip, elementen, informatiebronnen • verkoopbaarheid van product: criteria • studie van bestaande markt • marktbegrippen: distributiekolom doelgroep, e-commerce, CRM,... • marketingplan, marketingmix, marktonderzoek, klantenbinding, push and pull-techniek, afroom- en penetratiestrategie, industriële en consumentenmarkt, ... • marktonderzoek: wat, elementen, hoe organiseren • relatie tussen verkoopformules in distributiekolom • verwerking van resultaten (grafieken, tabellen, tekstverwerking,...) • schriftelijke presentatie • mondelinge presentatie en toelichting • wet op de handelspraktijken (1991) • wet op de bescherming van de persoonlijke levenssfeer • wet op consumentenkrediet 	<p>59 uit een gegeven marktstudie relevante gegevens voor de eigen verkoopstrategie halen.</p> <p>60 een productstudie voor een bestaande markt uitvoeren.</p> <p>61 cijfergegevens in verband met verkoop, markt of product grafisch voorstellen.</p> <p>62 resultaten van markt- en productstudie presenteren, gebruik makend van courante marketing- en distributiebegrippen (Nederlands).</p> <p>63 resultaten van markt- en productstudie presenteren (Frans (U), Engels (U)).</p> <p>64 spellingcontrole gebruiken.</p>

Competentie 6: Als vertegenwoordiger een nieuwe markt verkennen en openen (prospectie). (U)

De leerling leert:	Leerinhoud (kennis en vaardigheden om competentie te kunnen verwerven)	Leerplandoelstellingen (wat geëvalueerd wordt)
een nieuwe markt verkennen en openen (U)	<ul style="list-style-type: none"> prospectie: begrip, wanneer uitvoeren, fasen in een prospectie (U) 	65 een productstudie voor een nieuwe markt uitvoeren (U). 66 een beperkte marktstudie plannen, organiseren, resultaten verwerken, interpreteren en presenteren (U).

Competentie 7: Als vertegenwoordiger een (beperkte) promotiecampagne opzetten en uitvoeren

De leerling leert:	Leerinhoud (kennis en vaardigheden om competentie te kunnen verwerven)	Leerplandoelstellingen (wat geëvalueerd wordt)
een beperkte promotiecampagne opzetten en uitvoeren rekening houdend met de wet op de handelspraktijken (1991), de consumentenwetgeving en de wet op de privacy	<ul style="list-style-type: none"> promotiecampagne voor specifiek product promotiemateriaal en -middelen budgettering van een promotiecampagne break-even: begrip en berekening 	67 een budgettering opstellen voor een beperkte promotiecampagne. 68 het break-even-point van de opgezette promotiecampagne berekenen. 69 de promotiecampagne uitvoeren. 70 gebruik maken van de promotie op de plaats van verkoop.

Pedagogisch-didactische wenken

In het leerplan 'Verkoop en distributie' worden de competenties verwoord die de leerling moet verwerven om het beroep van verkoper/vertegenwoordiger te kunnen uitvoeren. Alle kennis- en vaardighedenelementen van het beroep worden geïntegreerd: aspecten van vertegenwoordiging, van talen (Nederlands, Frans en Engels) en van Toegepaste informatica worden, verweven door elkaar, aan de leerlingen gepresenteerd. Het lerarenteam moet noodzakelijkerwijze overleggen en samenwerken om zinvolle opdrachten te construeren waarmee leerlingen competenties kunnen verwerven. Belangrijk in het proces is de gerichte feedback zodat leerlingen kunnen 'groeien' in beroepsvaardigheid.

De realisatie van het leerplan moet bijgevolg zeer praktijkgericht gebeuren en de leerling de kans bieden zich op het beroep van verkoper/vertegenwoordiger voor te bereiden.

Voor het bereiken van leerplandoelstellingen:

- Maak voor het voeren van telefoongesprekken gebruik van een didactische telefooncentrale. Neem de gesprekken van de leerlingen op. Geef daarna gerichte feedback aan de leerlingen en oefen desnoods opnieuw.

- Maak veel gebruik van een (digitale) videocamera om een aantal handelingen van de leerlingen op te nemen. Geef daarna gerichte feedback aan de leerlingen en laat leerlingen desnoeds opnieuw oefenen.
- 58: ook statistische gegevens van bijvoorbeeld concurrentiegegevens kunnen hier verwerkt worden door de leerlingen.
- 64-65-66: Via een gerichte opdracht in het kader van een minionderneming kunnen de leerlingen een beperkte promotiecampagne opzetten .

Ook via de stages kunnen de leerlingen competenties op een praktijkgerichte manier verwerven.



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

Op het voorliggende leerplan kunt u als leraar ook reageren en uw opmerkingen, zowel positief als negatief, aan de leerplancommissie meedelen via e-mail (leerplannen@vvkso.vsko.be) of per brief (Dienst Leerplannen VVKSO, Guimardstraat 1, 1040 Brussel).

Vergeet niet te vermelden over welk leerplan u schrijft: vak, studierichting, graad, licapnummer.

Langs dezelfde weg kunt u zich ook aanmelden om lid te worden van een leerplancommissie.

In beide gevallen zal de Dienst Leerplannen zo snel mogelijk op uw schrijven reageren.

7 Evaluatie

Competentieontwikkelen leren evalueren vereist een permanente evaluatie. De leerling evalueert zichzelf. Hij krijgt op basis van feedback een beeld van waar hij in zijn competentieverwerving staat. De procesevaluatie houdt de groei in beroepsvaardigheid bij. Zowel kenniselementen, vaardigheden als attitudes worden hierbij geëvalueerd. De leerplandoelstellingen worden hiervoor als uitgangspunt gebruikt. De productevaluatie gebeurt aan de hand van de resultaten van de opdrachten. Die opdrachten zijn afgebakend en bevatten altijd concrete criteria waaraan ze moeten beantwoorden.

De evaluatie gebeurt door de leraar én de leerling. Regelmatig zitten leraar en leerling samen om de groei in competenties te bespreken. Werkpunten om de groei te stimuleren worden genoteerd en worden weer in rekening gebracht tijdens een volgend evaluatiemoment. Het is de bedoeling dat de leerling op het einde van het jaar de competenties verworven heeft. Hij krijgt de gelegenheid te 'groeien' en de evaluatie is dan de weergave van de groei.

Voor wie evaluatie en tussentijdse beoordeling wil koppelen: er kan voor elke competentie een evaluatieformulier opgesteld worden zoals in onderstaand voorbeeld.

In het voorbeeld gaan we uit van een drietrapsevaluatie. Deze evaluatievorm is gangbaar in de bedrijfswereld. Een vier- of vijftrapsevaluatietabel kan echter ook gebruikt worden. Indien u met punten wil werken, kan u aan elke trap een puntengewicht hangen. (bijvoorbeeld: zeer goed (2 punten), matig (1 punt), onvoldoende (0 punten). De maximumscore wordt dan bepaald door de som van het aantal 'zeer goed' sleutelpunten.

Indien de leerplandoelstellingen nog niet bereikt zijn, worden via de items 'Werkpunten' en 'Opvolging' afspraken gemaakt

Deze evaluatievorm kan zowel in de klas gebruikt worden als op stage.

8 Minimale materiële vereisten

- Videocamera, videorecorder
- Didactische telefooncentrale met opnamemogelijkheid
- Netwerkcomputer met volgende software: tekstverwerkingsprogramma, gegevensbladprogramma, rekenbladprogramma, presentatieprogramma, mail- en agendabeheerder
- LCD-projector

9 Bibliografie

9.1 Over competenties en competentieontwikkeld leren

- de Bie, Dick en de Kleijn, Jos (2001). Wat gaan we doen ? Het construeren en beoordelen van opdrachten, Houtem/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Competentieontwikkeld leren als kader voor het nieuwe leren, in: Nova et Vetera, december 2003 – blz 61-78
- Kolb, David. A. (1984) Experiential Learning. Experience as the Source of Learning and Development, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Vanhoren, Ingrid (2002) Ruim baan voor competenties. Advies voor een model van (h)erkenning van verworven competenties in Vlaanderen: beleidsconcept en aanzet tot operationalisering, Leuven: KULeuven:HIVA.

9.2 Beroepsprofiel

- Onderzoek naar de kwalificatiebehoeften voor vertegenwoordiger, Serv, maart 1999 (www.serv.be)

9.3 Tijdschriften en kranten o.a.

- “De Vlaamse ondernemer”
informatiekrant voor bedrijfsleiders, ondernemers en hun medewerkers
Verschijnt 2 x per maand
Een uitgave van
Drukkerij Verheyen N.V.
Belcrouwenlaan 5
2100 DEURNE
Tel. 070 34 55 67
Fax 03 326 62 56
www.dvo.be
- Distributie Vandaag
Vaktijdschrift voor producenten en distributeurs
uitgegeven door Belgisch Comité voor de Distributie
Mariannestraat 34
1180 BRUSSEL
info@cbd-bcd.be
www.cbd-bcd.be

- In Direct Object
Belgisch Direct Marketing Verbond
Bruo&Design Center
Heizel Espalanade B.46
1020 BRUSSEL
www.bdma.be
- BIZZ – Het magazine voor een neus voor uw zaken
Brussels Media Center
Raketstraat 50 bus 7
1130 BRUSSEL
- Test Aankoop
Hollandstraat 13
1060 BRUSSEL
Tel. 02 542 32 32
Fax 02 542 32 50
- Trends Magazine
Raketstraat 50 bus 4
1130 BRUSSEL
Tel. 02 702 48 01
Fax 02 702 48 02

9.4 Boeken

- Alles over VERKOPEN
Gouden tips voor elke verkoper
Richte Lommert
Uitgeverij De Kern Baarn - 1998
- Psychologie en techniek van het verkoopgesprek
Jan L. Wage
Samsom Uitgeverij
Alphen aan den Rijn/Brussel - 1986
- Management van het Distributiekanaal
Leen Lagasse – Patrick Van Kenhove – Walter van Waterschoot
Standaard Uitgeverij - 2000
- Marketing in vogelvlucht
Een inleiding in de marketing voor onderwijs en praktijk met complete begrippenlijst
Een publicatie van het *Tijdschrift voor Marketing*
Drs. F.F.O. Holzhauer
Drs. U. Jelluma
Ir. W.P. Albert
Kluwer Bedrijfswetenschappen, Deventer - 1989
- Marketingbeleid
Robert Bilsen, Walter van Waterschoot, Leen Lagasse
Standaard Uitgeverij – Mim - 1997
- Marketing-communicatiestrategie
Reclame, public relations, sponsoring, promoties, artikelpresentatie, displays, verpakkingen, persoonlijke verkoop, direct-marketing-communicatie en geïntegreerde communicatie.
- Ko Floor & Fred van Raaij
Stenfert Kroese Uitgevers
Leiden/Antwerpen - 1989
- BIN-normen, efficiënte communicatie, VVKSO, Licap, Brussel, 2001.

- Efficiënt rapporteren met behulp van de computer, Licap, Brussel, 2001.

9.5 Websites

- Via <http://handel.vvksso.be> kan je een reeks websites raadplegen i.v.m. Verkoop en distributie