

Leerlijn Bedrijfseconomie (2^{de} graad) - Commerciële organisatie (3^{de} graad)

1 Situering

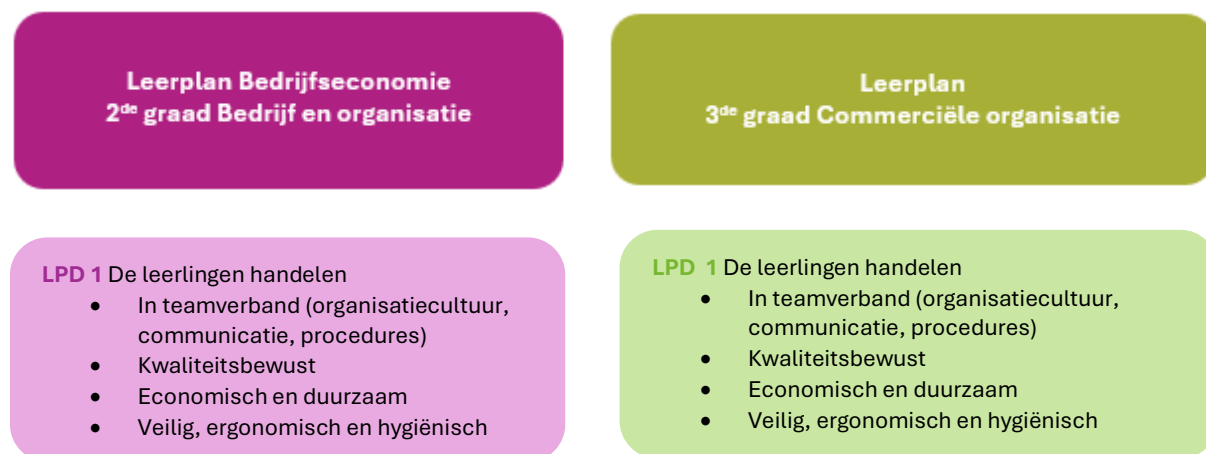
Deze tekst brengt de samenhang tussen leerplandoelen van het leerplan II-Bed-da en het leerplan Bedrijfsorganisatie III-CoOr-da in beeld.

Op heel wat leerplandoelen van de 2de graad wordt verder gebouwd in de 3de graad. Ook de realisatie van keuzedoelen in de tweede graad verdient de nodige aandacht van de leraar Commerciële organisatie in de derde graad. De leerlijn tussen LPD K1 van de tweede graad (II-Bed-da) en LPD K1 en K2 van de derde graad (III-CoOr-da) toont een evolutie van onderzoek naar het belang van internationale handel op nationaal niveau naar het begrijpen van de mondiale kaders en de financiële risico's die ermee gepaard gaan. Waar de tweede graad focust naar "wat" we verhandelen, kijkt de derde graad naar "hoe" dit geregeld is via regionale en mondiale samenwerkingsverbanden.

Dit document ondersteunt leraren economie over de graden heen om leerinhouden (en aanpak) op elkaar af te stemmen. We vertrekken daarbij vanuit het leerplan Bedrijfseconomie (II-Bed-da) en maken telkens de brug naar de leerplandoelen Commerciële organisatie van de 3^{de} graad (III-CoOr-da).

2 Overzicht op basis van leerplanrubrieken

2.1 Generieke competenties



In beide graden staat **kwaliteitsbewust, duurzaam, veilig en teamgericht handelen centraal**. Deze vaardigheden worden eerst in de veilige schoolcontext aangeleerd vooraleer ze in een professionele omgeving worden toegepast. Leraren gebruiken bijvoorbeeld de schoolcultuur en het schoolreglement om leerlingen te tonen hoe zij waarden kunnen vertalen naar hun eigen gedrag en houding.

Kwaliteitsbewust handelen uit zich in zorgvuldig werken, het hebben van aandacht voor details, het controleren van het eigen werk op fouten, het voortdurend reflecteren en zich bijsturen met het oog op het bereiken van de verwachte kwaliteit. Dat kan op het niveau van het product of het proces. In de 2^{de} graad kan je dit linken aan producten zoals een vacature of factuur opgesteld met

behulp van een rekenblad en procesevaluatie bij een ondernemend project of event. In de 3de graad kan product- en procesevaluatie onder meer gebeuren via de realisatie van de onderzoekscompetentie (LPD 32).

2.2 Economie

LPD 4+ De leerlingen verklaren hoe ondernemingen door inzet van productiefactoren toegevoegde waarde en welvaart creëren.

LPD 3 De leerlingen lichten de samenstelling van het bruto binnenlands product vanuit productiebenadering toe.

*Reëel en nominaal bbp

Het concept 'toegevoegde waarde' uit de 2de graad (LPD 4+) vormt de basis voor het begrijpen van de samenstelling van het BBP in de 3de graad (LPD 3). De 3de graad voegt hier de analyse van de economische kringloop en het onderscheid tussen nominaal en reëel BBP aan toe.

LPD 3 De leerlingen bepalen grafisch de individuele en collectieve vraagcurve.

LPD 5 De leerlingen bepalen grafisch de individuele en collectieve aanbodcurve

LPD 6 De leerlingen analyseren de prijsvorming bij volkomen concurrentie.

*Prijselasticiteit

In de 2^{de} graad wordt via de analyse van het **consumenten- en producentengedrag** de basis gelegd voor marktwerking. De individuele en collectieve vraag- en aanbodcurve worden afgeleid wat inzicht verschaft in het verloop van beide curven.

In de 3^{de} graad bestuderen de leerlingen **het marktmechanisme bij volkomen concurrentie**. Leerlingen analyseren het effect van overheidsbeslissingen, technologische evoluties of inkomenswijzigingen op het marktevenwicht. Nieuw hierbij is het berekenen en interpreteren van de prijselasticiteit. De allocatieve rol van de overheid omwille van marktfalen komt aan bod, maar hoeft niet noodzakelijk grafisch te worden onderbouwd. Daarnaast komen kenmerken van onvolkomen concurrentiële marktvormen ter sprake (monopolie, oligopolie en monopolistische concurrentie), een studie van de prijsvorming bij onvolkomen concurrentie komt niet aan bod.

2.3 De organisatie van ondernemingsactiviteiten

LPD 6 + De leerlingen verklaren de samenhang tussen kernactiviteiten, ondersteunende activiteiten en managementactiviteiten in een onderneming op basis van bedrijfsprocessen.

LPD 8 De leerlingen analyseren de documentenstroom tussen de afdelingen aankoop, verkoop, magazijn en facturatie.

LPD 12 De leerlingen volgen de goederen- en informatiestroom op binnen een ERP omgeving.

In de 2de graad verwerven leerlingen inzicht in **bedrijfsprocessen**, zo komen het aan- en verkoopproces via de realisatie van LPD 8 (analyse van de documentenstroom) aan bod. In LPD 6+ wordt daarvoor de basis gelegd vanuit het concept 'bedrijfsproces'. Leerlingen maken kennis met bestuurlijke, primaire en secundaire processen in een organisatie, welke activiteiten (management

- kern - ondersteunend) hieronder vallen en hun onderlinge samenhang. Ook de realisatie van andere leerplandoelen brengt deze samenhang tot leven: een correcte boekhoudkundige registratie van commerciële verrichtingen is belangrijk voor het management om zicht te krijgen op kernactiviteiten zoals de verkoop van haar producten.

In de 3de graad (LPD 12) wordt deze samenhang nog concreter door het gebruik van ERP-software. Waar leerlingen in de 2de graad de documentenstroom nog handmatig of via didactische software analyseren, beheren ze in de 3de graad de volledige goederen- en informatiestroom (orders, pakbonnen, facturen) in een ERP-omgeving.

2.4 Boekhoudkundig en financieel beheer

LPD 9 De leerlingen vergelijken courante ondernemingsvormen op basis van aansprakelijkheid, administratie en fiscaliteit.

LPD 28 De leerlingen vergelijken fiscale regels voor een eenmanszaak en vennootschap op basis van grondslag, de progressiviteit van de belasting en voorafbetalingen.

Leerlingen krijgen zicht op aspecten waarin **courante ondernemingsvormen verschillen van elkaar**. Vanuit het onderscheid tussen natuurlijke en rechtspersonen wordt er verder gekeken naar verschillen qua aansprakelijkheid, administratie en fiscaliteit bij courante ondernemingsvormen.

In de 3^{de} graad wordt dieper ingegaan op **verschillen qua fiscale behandeling tussen pakweg éénmanszaak en Besloten Vennootschap** via LPD 28.

LPD 12 De leerlingen maken geautomatiseerde verkoopfacturen en uitgaande creditnota's.

LPD 25 De leerlingen genereren verkoopfacturen en uitgaande creditnota's.

In de 2de graad gebruiken leerlingen een rekenblad om verkoopdocumenten op te stellen. In de 3de graad (LPD 25) genereren ze documenten direct in **boekhoud- of ERP-software**.

LPD 15 De leerlingen registreren aankoop- en verkoopverrichtingen.

LPD 16 De leerlingen registreren financiële verrichtingen.

LPD 30+ De leerlingen registreren commerciële en financiële verrichtingen met inbegrip van de verwerking van dubieuze debiteuren.

In de tweede graad verwerven leerlingen inzicht in de betekenis en structuur van de balans en resultatenrekening en leren de **techniek van het dubbel boekhouden** toepassen. Ze registreren **commerciële verrichtingen** op basis van aankoop- en verkoopfacturen met btw (LPD 15) en creditnota's (optie) alsook de betaling en inning van aankoopfacturen en verkoopfacturen (LPD 16) en creditnota's. Dat vooronderstelt het gebruik van het Minimum Algemeen Rekeningstelsel en inzicht in de werking van het btw-systeem (LPD 11). Door het opzoeken van rekeningen in het MAR verwerven de leerlingen een grondig inzicht in de indeling van klassen, groepen en rekeningen.

In de derde graad is het belangrijk om zicht te krijgen op de aanpak van leerplandoelen boekhouden in de tweede graad. Naast de **herhaling en verdieping van de commerciële verrichtingen**, wordt de leerinhoud **uitgebreid met dubieuze debiteuren**. Leerlingen moeten niet alleen de verkoopdocumenten boeken, maar ook de opvolging bij niet-betaling: het overboeken van

vorderingen, het inschatten en verwerken van waardeverminderingen (verliezen) en de boekhoudkundige afwikkeling bij uiteindelijke (niet-)betaling. Via de wenken wordt gesuggereerd om ook buitenlandse aan- en verkopen boekhoudkundig te registreren en de mogelijkheid om software in te zetten.

Waar de verrichtingen in de tweede graad vaak nog als losstaande administratieve taken worden gezien, worden ze in de derde graad gekaderd in het bredere **offerte-ordertraject**. De registratie is de sluitsteen van een proces dat vaak al start in een **ERP-omgeving**, waarbij gegevens uit orders en zendnota's automatisch doorvloeien naar de facturatie en boekhouding. De realisatie van LPD 30+ wordt dan ook best in samenhang met LPD 12 gezien.

LPD 18 De leerlingen beheren klanten- en leveranciersbestanden met behulp van software.

LPD 23 De leerlingen beheren prospecten- of klantenbestanden.

Wat betreft **debiteurenbeheer** ligt in de 2de graad de focus op het loutere beheer van klanten- en leveranciersbestanden. Er wordt gewerkt met software, dit kan via eenvoudige tabellen in een rekenblad.

In de 3de graad vernauwt én verdiept de focus zich tot het **commerciële luik** (prospecten en klanten). Het beheren van deze bestanden is hier geen doel op zich meer, maar een middel om leads te genereren voor marketingcommunicatie en direct marketing. De leerling werkt in een ERP-omgeving (Enterprise Resource Planning) wat betekent dat klantgegevens gekoppeld zijn aan het volledige verkoopproces (offerte- en ordertraject).

2.5 Commercieel beheer

LPD 27+ De leerlingen illustreren het belang van marketing aan de hand van een klantgeoriënteerde marketingmix.

LPD 15+ De leerlingen leggen uit hoe en waarom ondernemingen marketinginformatie verzamelen.

LPD 16 De leerlingen illustreren hoe een onderneming haar marketingmix samenstelt op basis van haar marketingstrategie.

LPD 17 De leerlingen passen methodes van prijszetting toe.

LPD 18 De leerlingen passen prijs- en prijsaanpassingsstrategieën toe.

LPD 19 De leerlingen verklaren de samenhang tussen koopgedrag, producttype en distributiekkanalen.

LPD 20 De leerlingen lichten markt- en productevoluties aan de hand van de productlevenscyclus toe.

In de tweede graad (LPD 27+) leren leerlingen dat marketing draait om het opbouwen van een relatie met de klant en het creëren van waarde, waarbij het 4C-model (Customer, Cost, Convenience, Communication) centraal staat. In de derde graad (LPD 15+) wordt dit vertaald naar de noodzaak om **marketinginformatie** te verzamelen. Waar de tweede graad de klant als uitgangspunt neemt, leert de derde graad hoe ondernemingen via methodes zoals Big Data en marktonderzoek de behoeften van die klant daadwerkelijk kunnen ontsluiten en analyseren voordat ze een strategie bepalen. Bij het **ontwikkelen van een marketingstrategie** dient een onderneming een keuze te maken: kiest ze voor een klantgerichte strategie of eerder marktgerichte strategie of

combineert ze elementen uit beide denkpluizen? In de 3^{de} graad illustreren leerlingen hoe een onderneming haar marketingmix samenstelt op basis van haar marketingstrategie. Daarvoor verwerven ze [inzicht in een aantal marketingprincipes- en concepten](#). De focus verschuift naar online tactieken zoals SEO, SEA en contentmarketing, waarbij instrumenten zoals de persona en de customer journey worden ingezet om de klantinteractie te verfijnen.

In de tweede graad komt de prijscomponent aan bod binnen de C van 'Cost', waarbij de focus ligt op hoe de klant de kosten ervaart. In de derde graad (LPD 17) wordt dit technisch uitgediept naar concrete prijszettingmethoden. Leerlingen leren hier niet alleen de theorie, maar passen methodes toe zoals kostplusprijs- en break-even prijszetting (bv. met behulp van een rekenblad), en houden rekening met psychologische of dynamische prijsstrategieën.

Waar in de tweede graad de C van 'Convenience' en diverse distributiekanaalen (Multi- en crosschannel) worden geïntroduceerd, legt de derde graad (LPD 19+) de focus op de logische samenhang tussen het producttype en het gekozen kanaal. Leerlingen verklaren nu waarom bepaalde goederen vragen om een exclusieve distributie, terwijl andere juist een intensieve distributie vereisen.

In de 3^{de} graad voegt LPD 20 de dimensie tijd aan marketingactiviteiten toe via de productlevenscyclus: leerlingen leren dat de marketingaanpak uit LPD 16 voortdurend moet worden aangepast naarmate een product zich in een andere fase van zijn levenscyclus bevindt, wat essentieel is voor het langetermijnsucces van een onderneming.

LPD 29 De leerlingen voeren een verkoopgesprek rekening houdend met

- Klantvriendelijkheid;
- De verschillende stappen van een verkoopgesprek;
- De typologie van klanten of consumenten;
- Houding en lichaamstaal

LPD 21 De leerlingen voeren een verkoopgesprek en sluiten de verkoop af rekening houdend met de typologie van klanten of consumenten.

De focus ligt op het verwerven van sociale en communicatieve vaardigheden. Leerlingen leren de klassieke stappen van een gesprek: aandacht trekken, behoeften bepalen, argumenteren, omgaan met bezwaren en het ontdekken van koopsignalen. Het accent ligt hier op **klantvriendelijkheid** en de afstemming tussen verbale en non-verbale communicatie (lichaamstaal).

De derde graad bouwt hierop voort door de nadruk te leggen op het daadwerkelijk afsluiten van de verkoop. Het proces wordt verruimd: waar de tweede graad zich concentreert op het gesprek zelf, kijkt de derde graad ook naar de fasen daarvoor (prospectie en classificatie van potentiële klanten) en daarna (nazorg). Er wordt dieper ingegaan op specifieke vraagtechnieken om klantbehoeften messcherp in kaart te brengen.

In de tweede graad wordt gewerkt met **eenvoudige situaties** waarin leerlingen vaardigheden toepassen volgens richtlijnen en onder begeleiding. In de derde graad wordt van de leerlingen een grotere zelfstandigheid verwacht, waarbij ze vakkundig verkoopstrategieën moeten inzetten. Dat kan in een gesimuleerde context zoals een rollenspel of ondernemend project of via een vorm van extern werkplekleren zoals verkoopstage.

LPD 30 De leerlingen stellen een prijsopgave en offerte op en controleren ze.

LPD 22 De leerlingen onderzoeken de klantvraag, overleggen de voorwaarden met de klant en formuleren een verkoopvoorstel aan de hand van een offerte.

In de 2^{de} graad werken de leerlingen in eenvoudige situaties en passen vaardigheden toe volgens vaste richtlijnen. De focus ligt op de techniek van het opstellen, waarbij ze vaak vertrekken van een prijsaanvraag in een gesimuleerde documentenstroom. In de derde graad neemt de leerling een actieve rol aan door de klantvraag te onderzoeken en over de voorwaarden te overleggen. Het opstellen van de offerte is hier het resultaat van een dialoog en een commerciële afweging, eerder dan een puur administratieve taak. Er wordt gewerkt met concrete, complexere contracten als vertrekpunt. De offerte wordt niet langer als een losstaand document gezien, maar als de start van het offerte-ordertraject binnen een ERP-omgeving.