

Basisoptie Economie en organisatie

1ste graad A-stroom
I-EcOr-a

BRUSSEL

D/2019/13.758/027

Versie januari 2022

1 Algemene inleiding

De start van de modernisering secundair onderwijs gaat gepaard met een nieuwe generatie leerplannen. De nieuwe leerplannen secundair onderwijs ingebed in het vormingsconcept van de katholieke dialoogschool en gaan uit van de professionaliteit van de leraar en het eigenaarschap van de school en het lerarenteam.

1.1 Het leerplanconcept: vijf uitgangspunten

De nieuwe leerplannen vertrekken vanuit het **vormingsconcept** van de katholieke dialoogschool en laten toe om optimaal aan te sluiten bij het pedagogisch project van de school en de beleidsbeslissingen die de school neemt vanuit haar eigen visie op onderwijs (taalbeleid, evaluatiebeleid, zorgbeleid, ICT-beleid, kwaliteitsontwikkeling, keuze voor vakken en lesuren ...).

De nieuwe leerplannen ondersteunen **kwaliteitsontwikkeling**: het leerplanconcept spoort met kwaliteitsverwachtingen van het Referentiekader onderwijskwaliteit (ROK). Kwaliteitsontwikkeling volgt dan als vanzelfsprekend uit keuzes die de school maakt bij de implementatie van de leerplannen.

De nieuwe leerplannen faciliteren de **getrapte studiekeuze** en laten de school toe om de observerende en oriënterende functie van de eerste graad te versterken. Sober en helder geformuleerde leerplandoelen geven aan wat als basis geldt voor alle leerlingen. Daarnaast ondersteunt een beperkt aantal verdiepende doelen het observeren en oriënteren van leerlingen naar een bepaalde finaliteit in de tweede graad. Suggesties tot verbreding in de wenken faciliteren het observeren en oriënteren naar een bepaald domein of een specifieke studierichting in de tweede graad.

De nieuwe leerplannen gaan uit van de **professionaliteit** van de leraar en het **eigenaarschap** van de school en het lerarenteam. Ze bieden pedagogisch-didactisch voldoende ruimte voor een eigen aanpak van de leraar, het lerarenteam of de school.

De nieuwe leerplannen borgen de **samenhang** in de vorming van de eerste graad. Leerplannen zorgen voor een samenhangend fundament van vorming voor alle leerlingen. Ze vertrekken vanuit een gemeenschappelijk referentiekader en hanteren een gelijkgerichte terminologie met respect voor de eigenheid van elk vak. De samenhang in de eerste graad betreft zowel de verticale samenhang (de plaats van het leerplan in de opbouw van het curriculum) als de horizontale samenhang die geldt tussen het geheel van de vakken van de A-stroom of de B-stroom, maar ook tussen specifieke vakken van de A- en de B-stroom. Waar relevant geven de leerplannen expliciet aan voor welke doelen van andere leerplannen in de school verdere afstemming mogelijk is. Op die manier faciliteren en stimuleren de leerplannen leraren om over de vakken heen samen te werken en van elkaar te leren, leraren algemene vorming (incl. godsdienstleraren) en leraren basisopties. Een verwijzing van de ene vakleraar naar de lessen van een collega laat de leerlingen niet alleen aanvoelen dat de verschillende vakken onderling samenhangen en dat ze over dezelfde werkelijkheid gaan, maar versterkt ook de mogelijkheden tot transfer.

In wat volgt gaan we dieper in op een aantal uitgangspunten.

1.2 De vormingscirkel – de opdracht van secundair onderwijs

De leerplannen vertrekken vanuit een gedeelde inspiratie die door middel van een vormingscirkel voorgesteld wordt. We 'lezen' de cirkel van buiten naar binnen.



- Een lerarenteam werkt in een katholieke dialogeschool die onderwijs verstrekt vanuit een **specifieke traditie**. Vanuit het eigen pedagogisch project kiezen leraren voor wat voor hen en hun school goed onderwijs is.
- Ze wijzen leerlingen daarbij de weg en gebruiken daarvoor **wegwijzers**. Die zijn een inspiratiebron voor hen en hun collega's en zorgen voor een Bijbelse 'drive' in hun onderwijs.
- De kwetsbaarheid van leerlingen ernstig nemen betekent dat elke leerling **beloftevol** is en alle leerkansen verdient. Die leerling is **uniek als persoon** maar ook **verbonden** met de klas, de leraar, de school en de bredere samenleving.



Scholen zijn daarbij **gastvrije plaatsen** waar leerlingen en leraren elkaar ontmoeten in diverse contexten. De leraar vormt zijn leerlingen vanuit een **genereuze** attitude, hij geeft om zijn leerlingen en hij houdt van zijn vak. Hij durft af en toe de gebaande paden verlaten en stimuleert de **verbeelding en creativiteit** van leerlingen. Zo zaait hij door zijn onderwijs de kiemen van een hoopvolle, **meer duurzame en meer rechtvaardige wereld**.

- Leraren vormen leerlingen door middel van inhouden van vorming, die we groeperen in **vormingscomponenten**: levensbeschouwelijke vorming, culturele vorming, economische vorming, lichamelijke vorming, maatschappelijke vorming, natuurwetenschappelijke en technische vorming, sociale vorming, talige vorming en wiskundige vorming. De aaneengesloten cirkel van vormingscomponenten wijst erop dat vorming een geheel is en zich niet in schijfjes laat verdelen. Je kan onmogelijk over culturele vorming spreken zonder met taal bezig te zijn; je kan niet beweren dat wetenschap en techniek geen band hebben met economie, wiskunde of geschiedenis. Dwarsverbanden doorheen de vakken zijn daarbij belangrijk. De vormingscirkel vormt dan ook een dynamisch geheel van elkaar voortdurend beïnvloedende en versterkende componenten.
- Een leraar vormt leerlingen als **individuele leraar** maar werkt ook binnen **lerarenteams** en binnen een **beleid van de school**. De gemeenschappelijke leerplannen (Gemeenschappelijk funderend leerplan en Gemeenschappelijk leerplan ICT) helpen daartoe. Ze worden gestuurd door keuzes die een school (schoolbestuur, beleidsteam, lerarenteam) maakt. Het Gemeenschappelijk funderend leerplan zorgt voor het fundament van heel de vorming dat gerealiseerd wordt in vakken, in projecten, in schoolbrede initiatieven of in een specifieke schoolcultuur.
- De uiteindelijke bedoeling is om **alle leerlingen** kwaliteitsvol te vormen. Die leerlingen zijn dan ook het hart van de vormingscirkel, zij zijn het op wie we inzetten. Zij dragen onze hoop mee: de nieuwe generatie die een meer duurzame en meer rechtvaardige wereld zal creëren.

1.3 Ruimte voor leraren(teams) en scholen

De vrijheid die de leraar krijgt om met het leerplan te werken vraagt van hem een grote professionaliteit. Professionaliteit vergt meesterschap. De leraar is dus een meester in zijn vak; hij beheerst de inhouden die hij onderwijst. Een diep gevoel van verantwoordelijkheid en de overtuiging dat elke leerling het recht heeft om op een goede manier gevormd te worden, liggen aan de basis van zijn professioneel bezig zijn.

Vorming is voor die leraar nooit te herleiden tot een cognitieve overdracht van inhouden. Vorming is iets wat hem in die mate beroert dat hij voor iedere leerling de juiste woorden en gebaren zoekt om de wereld

te ontsluiten. Hij wil de leerling tot bij de wereld brengen. De leraar introduceert leerlingen in de wereld waarvan hij houdt en hij probeert hen ook vriend van die wereld te laten worden. Een leraar zorgt er bijvoorbeeld voor dat leerlingen gegrepen kunnen worden door de cultuur van het Frans of door het ambacht van een metselaar. Hij initieert leerlingen in een wereld en probeert hen zover te brengen dat ze er hun eigen weg in kunnen vinden.

We hebben de leerplandoelen noch chronologisch noch hiërarchisch geordend. Vanuit het pedagogisch project van de school, vanuit zijn passie, expertise en creativiteit, in functie (van de beginsituatie) van de klasgroep kan de leraar eigen accenten leggen en differentiëren. Hij kan kiezen welke leerplandoelen hij op welke manier samenneemt bij het uitwerken van lessen, thema's of projecten.

In het leerplan leggen we geen didactische werkvormen vast. We bepalen geen minimum aantal lessen voor een bepaald item of een bepaalde rubriek. Dat betekent dat leraren(teams) alle vrijheid hebben om langere leerlijnen op te bouwen en in te zetten op de spiraalsgewijze aanpak van bepaalde leerplandoelen. Leraren bepalen zelf welke contexten ze laten spelen en welke methodieken ze hanteren.

1.4 Verbreding en verdieping in een observerende en oriënterende eerste graad

In aanvulling op de leerplandoelen die gelden voor alle leerlingen, bevatten nagenoeg alle leerplannen mogelijkheden om te verbreden en te verdiepen.

Verbreding geeft de leerling een duidelijker inzicht in zijn interesses met het oog op de keuze voor een domein en een studierichting in de tweede graad. Ze verruimen a.h.w. zijn horizon. Mogelijkheden tot verbreding zijn opgenomen bij de pedagogisch-didactische wenken, zowel in de leerplannen van de algemene vorming als in de basisopties.

Verdiepingsdoelen geven de leerling een duidelijker inzicht in zijn abstractievermogen met het oog op de keuze voor een finaliteit in de tweede graad. Verdieping speelt zich globaal genomen af op drie assen die – al dan niet in combinatie – een aanduiding kunnen zijn voor de moeilijkheidsgraad van een leerplandoel:

- cognitief: van concreet naar abstraherend/conceptueel;
- inhoudelijk: van eenvoudig naar complex;
- autonomie: van sterk begeleid naar zelfstandig.

In de leerplannen hebben we vooral cognitieve verdiepingsdoelen opgenomen als afzonderlijke leerplandoelen. In de wenken doen we suggesties voor verdieping op de as van complexiteit en autonomie. Verdieping kan ook gepaard gaan met verbreding, m.n. het toepassen van kennis in andere contexten (transfer).

In de leerplannen van de B-stroom zijn de verdiepingsdoelen afgestemd op de basisleerplandoelen van de A-stroom. Zo faciliteren we diverse schakelmogelijkheden voor intrinsiek cognitief sterke leerlingen die om een of andere reden in de B-stroom zitten.

Verbreding en verdieping kunnen één element vormen voor het advies van de delibererende klassenraad op het einde van de eerste graad voor de keuze voor een bepaalde finaliteit en voor een bepaald studiedomein in de tweede graad.

De leraar, het lerarenteam, de school hebben de keuze om al dan niet met verbreding en verdieping in het leerplan aan de slag te gaan of eigen doelen toe te voegen. De leraar ontwerpt zijn lessen op zo'n manier dat ze aansluiten bij de voorkennis van alle leerlingen. Zo spreken we alle leerlingen op hun capaciteiten aan.



1.5 Opbouw van de leerplannen

Elk leerplan is opgebouwd volgens een vaste structuur: algemene inleiding, situering, pedagogisch-didactische duiding, leerplandoelen, basisuitrusting, concordantie. Alle onderdelen van het leerplan maken inherent deel uit van het leerplan. Schoolbesturen van Katholiek Onderwijs Vlaanderen die de leerplannen gebruiken, verbinden zich tot de realisatie van het gehele leerplan.

In de **algemene inleiding** belichten we het leerplanconcept en gaan we o.m. dieper in op de visie op vorming, de ruimte voor leraren(teams) en scholen en de mogelijkheden tot verbreding en verdieping in een observerende en oriënterende eerste graad.

In de **situering** beschrijven we - waar relevant - de beginsituatie, de samenhang in de eerste graad en de plaats in de lessentabel.

In de **pedagogisch-didactische duiding** komen de inbedding in het vormingsconcept, de krachtlijnen, de opbouw, de aandachtspunten met o.m. de nieuwe accenten van het leerplan aan bod.

De **leerplandoelen** zijn sober en helder geformuleerd waarbij het leerplandoel als geheel het verwachte niveau van realisatie en beheersing aangeeft. Waar relevant voegen we bij de leerplandoelen een opsomming of een afbakening (★) toe die duidelijk aangeeft wat bij de realisatie van het leerplandoel aan bod moet komen. Ook de pop-ups bevatten informatie die noodzakelijk is bij de realisatie van het leerplandoel.

Alle **leerplandoelen** zijn te bereiken, met uitzondering van attitudes. Leerplandoelen die een **attitude** zijn en dus na te streven, duiden we aan met een sterretje (*).

We tonen de **samenhang** met andere leerplannen in de eerste graad. Zo geven we het overleg in lerarenteams alle kansen. Waar zinvol reiken we mogelijkheden aan tot verdieping (⚡).

Ten slotte geven we een aantal zinvolle of inspirerende **wenken** (✓). Het betreft voornamelijk een noodzakelijke toelichting bij leerplandoelen of specifieke begrippen, suggesties voor een mogelijke didactische aanpak of een afbakening van de leerstof.

De **basisuitrusting** geeft aan welke materiële uitrusting vereist is om de leerplandoelen te kunnen realiseren.

In de **concordantie** geven we aan welke leerplandoelen gerelateerd zijn aan bepaalde eindtermen (voor de leerplannen van de algemene vorming) en aan bepaalde doelen van het curriculumdossier (voor de leerplannen van de basisoptie).

1.6 Basisgeletterdheid

Voor de eerste graad zijn er doelen bepaald die elke individuele leerling moet bereiken op het einde van die graad. Het gaat om basisgeletterdheid die het mogelijk maakt om te kunnen participeren in de maatschappij op het einde van de eerste graad. De nadruk ligt op het verwerven, verwerken en gericht gebruiken van informatie. Dat impliceert het kunnen omgaan met taal, cijfers en grafische gegevens en daarbij gebruik kunnen maken van ICT. Daarnaast wordt bij de basisgeletterdheid voor de eerste graad ook ingezet op financieel-economische zelfredzaamheid.

In alle leerplannen staat de vorming van de leerling centraal. Elke leerling heeft immers recht op een brede en ambitieuze vorming. Doorheen de verschillende vakken komt de leerling in aanraking met een rijkdom aan culturele en wetenschappelijke bronnen. Scholen die inzetten op die brede en ambitieuze vorming, maken sowieso werk van de – in scope eerder beperkte doelen van de – basisgeletterdheid zoals die maatschappelijk is vastgelegd.

Toch kan een school in de loop van de eerste graad de keuze maken om meer in te zetten op doelen van de basisgeletterdheid. Dat zal vooral het geval zijn voor sommige leerlingen van de B-stroom. Voor de afbakening van de doelen basisgeletterdheid zijn de doelen van de algemene vorming voor de B-stroom overigens het ijkpunt geweest.

De begeleidende klassenraad kan in de loop van het eerste of het tweede leerjaar A/B bij een leerling vaststellen dat het bijzonder moeilijk zal worden om de doelen van de algemene vorming op het einde van de eerste graad op voldoende wijze te behalen. Op dat moment kan het zinvol zijn om na te gaan of het bereiken van doelen basisgeletterdheid in het gedrang komt en in dat geval iets gericht in te zetten op sommige doelen van die basisgeletterdheid.

De doelen van de basisgeletterdheid zijn onderliggend aan leerplandoelen van de algemene vorming. Ze worden aangeduid met “BG” in het Gemeenschappelijk funderend leerplan, het Gemeenschappelijk leerplan ICT en de vakleerplannen Maatschappelijke vorming, Mens & samenleving, Nederlands A- en B-stroom en Wiskunde A- en B-stroom. We vermelden bij de relevante leerplandoelen de doelen basisgeletterdheid en bakenen ze waar nodig verder af.

1.7 Tot slot

De nieuwe leerplannen geven richting en laten ruimte. Ze faciliteren de inhoudelijke dynamiek en de continuïteit in een school en lerarenteam. Ze vormen een kwaliteitskader dat inzet op een eigen visie en een identiteitskader dat de unieke identiteit van een school in de diverse samenleving versterkt en ondersteunt. Zo garanderen we binnen het kader dat door de Vlaamse regering werd vastgelegd voldoende vrijheid voor schoolbesturen om het eigen pedagogisch project vorm te geven vanuit de eigen schoolcontext. We versterken het eigenaarschap van scholen die d.m.v. eigen beleidskeuzes de vorming van leerlingen gestalte geven. We creëren ook ruimte voor het vakinhoudelijk en pedagogisch-didactisch meesterschap van de leraar, maar bieden – via pedagogische vakbegeleiding – ondersteuning waar nodig.

2 Situering

2.1 Samenhang in de eerste graad

Dit leerplan heeft een sterke samenhang met de leerplannen van het vak Mens & samenleving, het Gemeenschappelijk funderend leerplan en het Gemeenschappelijk leerplan ICT. De relatie met het leerplan Mens & samenleving situeert zich rond de doelen i.v.m. budget, mediagebruik, betaalmiddelen, de werking en maatschappelijke rol van ondernemingen, de rol van de overheid en duurzaamheidskwesties.

Binnen dit leerplan is er een relatie met de doelen van het Gemeenschappelijk funderend leerplan rond bewust en zorgzaam omgaan met de samenleving en bewust en zorgzaam omgaan met media. Een aantal doelen van het ICT-leerplan wordt verder verdiept en verbreed, met name digitale basisvaardigheden, inzicht in computersystemen en computationeel denken.

Er is een sterke relatie tussen Economie en organisatie en andere basisopties van de A-stroom wat betreft het toepassen van sociale en communicatieve vaardigheden dat eveneens aan bod komt in Moderne talen en wetenschappen, Maatschappij en welzijn, Sport en Voeding en horeca. De wederzijdse beïnvloeding tussen het keuzegedrag van mensen en de economie, en actuele maatschappelijke fenomenen situeren vanuit verschillende menswetenschappelijke perspectieven komen aan bod in Maatschappij en welzijn.

Er is een sterke samenhang tussen de basisopties Economie en organisatie van A- en B-stroom. Ondanks de verschillende leerlingenprofielen vind je heel wat inhoudelijke gelijkenissen tussen beide leerplannen die opportuniteiten bieden tot samenwerking en leren van elkaar. Het grootste verschil situeert zich vooral in



het omgaan met toepassingsgerichte opdrachten (zie Pedagogisch-didactische duiding).

2.2 Beginsituatie

Heel wat leerplandoelen binnen de basisoptie sluiten aan bij en bouwen verder op leerplandoelen van de algemene vorming. Aangezien leerplannen van de algemene vorming gelden voor een graad is er in de leerplannen geen strikte leerstofafbakening per leerjaar. De beginsituatie kan vanuit de diverse vakken dus alleen met het nodige voorbehoud geschetst worden.

De basisoptie Economie en organisatie sluit aan op twee krachtlijnen van het vak Mens & samenleving:

- Als consument aan de samenleving participeren met aandacht voor economische en financiële geletterdheid;
- Inzicht in maatschappelijke thema's en ontwikkelingen in de samenleving vanuit sociaal-maatschappelijk en economisch perspectief.

De basisoptie verwijst ook naar de ontwikkeling van digitale vaardigheden en computationeel denken in het leerplan ICT.

Afstemming met de leraren van de algemene vorming voor het vak Mens & samenleving en het leerplan ICT is aangewezen.

2.3 Plaats in de lessentabel

De basisoptie Economie en organisatie beslaat 5 uren. Dit leerplan kan gerealiseerd worden in 4 uren waardoor er voldoende ruimte is voor school en leraren om eigen accenten te leggen.

3 Pedagogisch-didactische duiding

3.1 Economie en organisatie en het vormingsconcept

Het leerplan is ingebed in het vormingsconcept van de katholieke dialogeschool. In dit leerplan ligt de nadruk op economische vorming en maatschappelijke vorming. De wegwijzers uniciteit in verbondenheid, kwetsbaarheid en belofte, generositeit, gastvrijheid, rechtvaardigheid en duurzaamheid kleuren het leerplan. Vanuit die vormingscomponenten en wegwijzers zijn de krachtlijnen van het leerplan ontstaan.

3.2 Krachtlijnen van het leerplan

Reflecteren vanuit het perspectief van de consument over de economisch-maatschappelijke actualiteit

Een aantal economische ontwikkelingen heeft als gevolg dat consumenten bewuster omgaan met de economische wereld om hen heen. Consumenten hechten veel meer belang aan een open, transparante en betekenisvolle economie, duurzaamheid, een evenwichtige werken en leven balans (welzijn). Consumenten zoeken verbondenheid met elkaar en met de wereld en maken daarbij gebruik van de mogelijkheden van de digitale economie. Vanuit de wegwijzers duurzaamheid en kwetsbaarheid en belofte helpen we leerlingen een kritische en ethische houding ontwikkelen ten aanzien van die ontwikkelingen in de economie. Vanuit de wegwijzer rechtvaardigheid leren we hen oog hebben voor welvaart en welzijn.

De economisch-maatschappelijke verschijnselen en actualiteit onderzoeken vanuit het standpunt van de ondernemingen en de overheid

Ondernemingen zijn een belangrijke schakel in de economie. De macro-economische ontwikkelingen die een impact hebben op de consument (de vraag) beïnvloeden ook de ondernemingen (het aanbod). Nieuwe vormen van economische organisatie ontstaan en jonge ondernemers treden meer en meer op de voorgrond. Wat zijn de motieven om te ondernemen en hoe werkt een onderneming?

Binnen de economische omgeving spelen de lokale, nationale en internationale (EU) overheden ook een rol ten aanzien van de consumenten en de ondernemingen.

ICT toepassen om binnen een economische context data functioneel te verzamelen en te verwerken

Digitale informatie in woord, beeld en geluid zijn een fundamenteel onderdeel van onze maatschappij. Informatie- en bedrijfsprocessen worden steeds meer door informatiesystemen beheerd. Die produceren een enorme hoeveelheid data. Voor ondernemingen is het van groot belang om die data in waardevolle informatie om te zetten. Denk bijvoorbeeld aan data gedreven marketing. Het is belangrijk dat leerlingen inzicht verwerven in de data-economie en hierover reflecteren. Binnen een economische context spelen digitale vaardigheden een onmisbare rol.

Ondernemingszin ontwikkelen

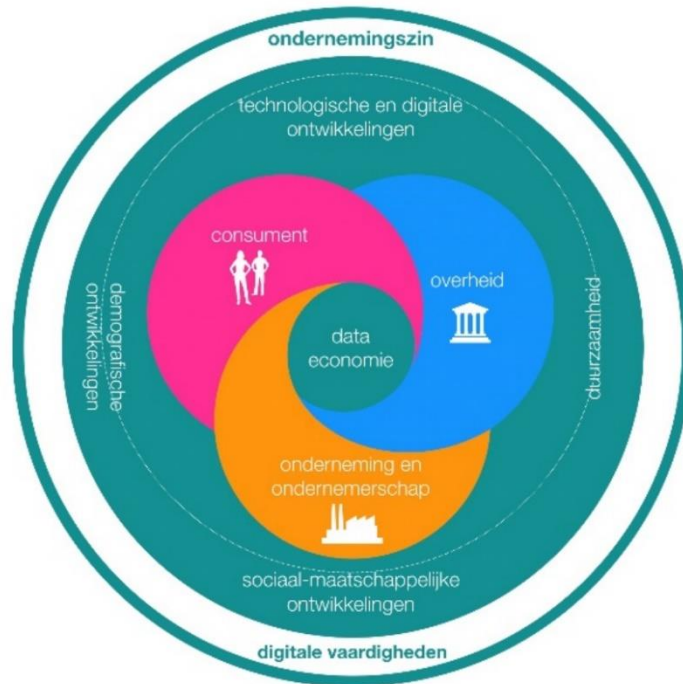
De leerlingen krijgen zin in ondernemen en ontwikkelen digitale, sociale en communicatieve vaardigheden binnen een ondernemend project.

3.3 Opbouw van het leerplan

Het leerplan is opgebouwd uit verschillende onderdelen:

- De consument in de samenleving;
- De onderneming in de samenleving;
- De overheid in de samenleving;
- Ondernemingszin en ondernemerschap;
- De data-economie in de samenleving;
- ICT binnen de economische processen.





Dit leerplan biedt de ruimte om zelf keuzes te maken in het clusteren van doelen en zo tot dwarsverbanden te komen. Het is niet de bedoeling om de doelen in chronologische volgorde af te werken.

3.4 Aandachtspunten

- Het leerplan van de basisoptie biedt mogelijkheden om in te spelen op verschillende leerlingenprofielen.

Via drie assen van verdieping (abstractie, complexiteit, autonomie) kan je inspelen op de noden van leerlingen die meer uitdaging nodig hebben of op de beginsituatie van leerlingen. Zo kan je bv. via onderzoekend leren met leerlingen aan de slag om leerinhouden op een eerder theoretische wijze te benaderen of je werkt meer aan het ontwikkelen van een onderzoekende houding. Wanneer je werkt rond onderzoeken kan je leerlingen stappenplannen met visuele ondersteuning aanreiken of je laat hen meer autonoom werken.

Toepassingsgerichte opdrachten laten, afhankelijk van de keuze van bepaalde leerinhouden en de beschikbare infrastructuur, toe om te differentiëren naar verschillende leerlingenprofielen die aansluiten bij interessegebieden. In de wenken verwijzen we naar volgende interessegebieden:

- Maatschappij en welzijn;
- Informatie- en communicatietechnologie (STEM).
- Via de doelen van deze basisoptie kan je verschillende leerlingenprofielen aanspreken door het al dan niet combineren van aspecten uit de verschillende interessegebieden. Die interessegebieden kunnen leerlingen helpen bij de oriëntering naar een bepaalde studierichting in de 2de graad.

4 Leerplandoelen

LPD 1 De leerlingen passen sociale en communicatieve vaardigheden toe.

- ✓ Je kan als leraar respectvol communiceren en elkaar ondersteunen oefenen met je leerlingen. Situaties uit de eigen klas, samenwerken binnen een groepsopdracht of project, contact met verschillende leeftijdsgroepen, communiceren via (sociale) media, omgaan met conflicten ... bieden kansen om dit leerplandoel te ontwikkelen.
- ✓ Je kan als leraar aandacht besteden aan verschillende aspecten van communicatie zoals visuele communicatie.

4.1 De consument in de samenleving

LPD 2 De leerlingen verklaren vanuit praktijkvoorbeelden dat de prijs op de markt tot stand komt door vraag en aanbod.

- ✓ Het is niet de bedoeling de prijsvorming door vraag en aanbod aan te leren vanuit een theoretische, analytische invalshoek maar eerder vanuit grafische voorstellingen van vraag en aanbod.
- ✓ Je kan de realisatie van dit leerplandoel linken aan LPD 16 van dit leerplan.

LPD 2.1 De leerlingen maken digitaal een vraag- en aanbodcurve aan de hand van een spreidingsgrafiek.

LPD 3 De leerlingen beoordelen hoe de behoeften van de consument beïnvloed worden door macrotrends in de maatschappij zoals

- de toenemende heterogeniteit (diversiteit) in de samenleving;
 - de versnelde technologische ontwikkelingen en digitalisering;
 - sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen;
 - de toenemende bewustwording van het belang van ecologie en duurzaamheid.
- ✓ Je kan de impact bespreken van de toenemende heterogeniteit in de maatschappij zoals de toenemende vergrijzing, de toename van het aantal singles, de urbanisatie, de toenemende diversiteit in de maatschappij (cultuur versus levensstijl) die een invloed hebben op behoeften rond wonen, mobiliteit, voeding, gezondheid.
 - ✓ Voor de toelichting van de sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen kan je leerlingen voorbeelden laten zoeken van de impact van een aantal tendensen op het aankoopgedrag van de consument.
 - ✓ Bij de versnelde technologische ontwikkelingen en digitalisering kan je vertrekken vanuit actuele en relevante ontwikkelingen waarbij de leerlingen zich vragen stellen over de wenselijkheid en relevantie van deze technologische ontwikkelingen.



- ✓ Innovaties bieden mogelijkheden maar stellen ook uitdagingen. Je kan leerlingen voorbeelden laten zoeken van technologische ontwikkelingen die vooruitlopen op wetgeving en discussies oproepen over ethische aspecten van hun toepassingen.
- ✓ Leerlingen kunnen vragen stellen bij de digitalisering in de promotievoering met gerichte communicatie als doel en waarbij gebruik gemaakt wordt van data over de consument die verzameld werden via digitale toepassingen.
- ✓ Het toenemend gebruik van technologie in de samenleving creëert ook een ongelijke toegang tot informatie, kennis en technologie. Je kan leerlingen hierover voorbeelden laten zoeken en vragen welke oplossingen zij hiervoor voorstellen.
- ✓ De consument is zich meer en meer bewust van het belang van ecologie en duurzaamheid. De consument gaat op zoek naar alternatieven in zijn consumentengedrag. Dit komt aan bod in Mens & samenleving. Je kan hier verder op ingaan door de leerlingen nog verder op zoek laten gaan naar concrete voorbeelden.

LPD 4 De leerlingen reflecteren over de keuze van de consument voor binnenlandse en buitenlandse producten en de impact ervan op de lokale en buitenlandse economie.

- ✓ Bij het onderzoek naar de herkomst van producten kan je de leerlingen laten nadenken over hun keuze voor een korte logistieke keten en welke impact dit heeft op het milieu en de mobiliteit.
- ✓ Je kan leerlingen laten reflecteren over de arbeidsomstandigheden en de impact op welvaart en welzijn van de lokale bevolking bij de productie van goederen in ontwikkelingslanden en de initiatieven die genomen worden door ngo's zoals OXFAM om oplossingen te bieden voor deze problematiek.
- ✓ Je kan in dit verband de relatie met de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen beklemtonen.
- ✓ Je kan bij dit doel ook aandacht schenken aan het rekenen met vreemde valuta, bv. door de prijzen van toepassing voor verschillende landen en vermeld op het etiket onderling te vergelijken.

LPD 4.1 De leerlingen lichten toe welke producten België importeert en exporteert en wie de belangrijkste handelspartners zijn.

LPD 5 De leerlingen reflecteren over actuele ethische vragen die digitalisering en technologische ontwikkelingen met zich meebrengt en de gevolgen voor welvaart en welzijn.

- ✓ De begrippen welvaart en welzijn kan je best eerst verklaren aan de hand van eenvoudige voorbeelden.
- ✓ Je kan hierbij vertrekken vanuit actuele en relevante ontwikkelingen waarbij de leerlingen zich vragen stellen over de wenselijkheid en relevantie van deze technologische ontwikkelingen.

- ✓ Je kan leerlingen wijzen op uitdagingen die innovaties stellen. Zo kunnen technologische ontwikkelingen vooruitlopen op wetgeving en discussies oproepen over ethische aspecten van hun toepassingen.
- ✓ Leerlingen kunnen vragen stellen bij de digitalisering in de promotievoering met gerichte communicatie als doel en waarbij gebruik gemaakt wordt van data over de consument die verzameld werden via digitale toepassingen.
- ✓ Leerlingen kunnen nagaan welke mogelijkheden digitalisering schept rond vergelijking van prijs, productinformatie, verkoopsvoorwaarden, gebruikershandleiding en alternatieven; wat de invloed van digitalisering is op de arbeidsmarkt.
- ✓ Het toenemend gebruik van technologie in de samenleving creëert een ongelijke toegang tot informatie, kennis en technologie. Je kan leerlingen hierover voorbeelden laten zoeken en vragen welke oplossingen zij hiervoor voorstellen.

4.2 De onderneming in de samenleving

LPD 6 De leerlingen illustreren welke weg goederen of diensten afleggen aan de hand van een eenvoudige bedrijfskolom vooraleer ze bij de consument komen.

- ✓ Je kan een bedrijfskolom samenstellen aan de hand met behulp van bronnen zoals een artikel, film, website. waarbij de schakels kleinhandel en groothandel betreft
- ✓ De traditionele retailer is al lang niet meer de enige partij die de consument toegang kan geven tot producten, diensten en informatie. Met de digitalisering van de retail is een enorme diversiteit aan middelen en platformen ontstaan die toegang geven. De traditionele retailer heeft niet meer het monopolie op het samenbrengen van vraag en aanbod. Je kan leerlingen voorbeelden laten opzoeken van deze nieuwe (vooral digitale) structuren die toegang geven tot producten, diensten en informatie.

LPD 6.1 De leerlingen onderzoeken welke factoren de keuze voor een korte of een lange keten beïnvloeden.

LPD 7 De leerlingen lichten economische sectoren toe en geven voorbeelden van ondernemingen en organisaties die tot deze sectoren behoren.

- ✓ In de economie maakt men meestal een onderscheid tussen de primaire, secundaire, tertiaire en quartaire sector.
- ✓ Bij de realisatie van dit leerplandoel laat je de leerlingen voorbeelden van ondernemingen en organisaties geven van de meest courante en voor hen herkenbare bedrijfstakken of -sectoren zoals horeca, industrie, vervoer en opslag, groot- en detailhandel, bouwnijverheid, gezondheidszorg.



LPD 8 De leerlingen onderzoeken de motieven van ondernemers om een onderneming te starten.

- ✓ Je kan de leerlingen met behulp van artikelen, videofragmenten, getuigenissen op zoek laten gaan naar zowel de economische, maatschappelijke en persoonlijke motieven van toekomstige ondernemers.
- ✓ Je kan de leerlingen hierbij de opdracht geven om startende ondernemers te interviewen.

LPD 9 De leerlingen illustreren dat ondernemingen een verantwoordelijkheid hebben ten opzichte van de stakeholders.

- ✓ Je kan hierbij vertrekken vanuit de ondernemingen die de leerlingen zelf aanhalen of kennen. Je kan ook de verantwoordelijkheden die leerlingen zelf hebben t.o.v. 'stakeholders' aan dit doel linken.
- ✓ Je kan hier de link maken naar het maatschappelijk verantwoord ondernemen in het kader van de duurzame ontwikkelingsdoelen.

LPD 10 De leerlingen onderzoeken hoe een onderneming inspeelt op macrotrends in de maatschappij.

- ✓ Je kan denken aan [macrotrends in de maatschappij](#) zoals de toenemende heterogeniteit (diversiteit) in de samenleving, de versnelde technologische ontwikkelingen en digitalisering, sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen, de toenemende bewustwording van het belang van ecologie en duurzaamheid.
- ✓ Je kan de leerlingen de opdracht geven om op zoek te gaan naar voorbeelden van [circulaire economie](#).
- ✓ Je kan leerlingen voorbeelden laten zoeken van [alternatieve verdienmodellen](#) zoals de deeleconomie en commerciële varianten die ondersteund worden door digitale technologie en platforms.
- ✓ Bedrijven en instellingen krijgen kansen om hun bedrijfsprocessen efficiënter in te richten en hun dienstverlening af te stemmen op de wensen van de consumenten door de data die ze ter beschikking krijgen door het internetgebruik van de consument.
- ✓ Digitale technologie biedt volop kansen tot ondernemerschap. Je kan hierbij leerlingen aansporen om voorbeelden van ondernemers te zoeken voor wie ondernemerschap een opportuniteit was dankzij het gebruik van digitale technologie.

LPD 10.1 De leerlingen illustreren actuele verdienmodellen die door maatschappelijke en digitale ontwikkelingen ontstaan.

- ✓ Je kan leerlingen onderzoek laten uitvoeren naar modellen gebaseerd op delen, (om)ruilen, handelen of huren van producten als tegenhanger van eigendom.

- ✓ Daarnaast kan je leerlingen ook voorbeelden laten zoeken van modellen waarbij de consument via een abonnementsmodel periodiek toegang krijgt tot een product of dienst zoals kleding, voeding, onderhouds- en verzorgingsproducten.
- ✓ Je kan de leerlingen ook voorbeelden laten zoeken van nieuwe verdienmodellen in de landbouwsector zoals de hoevewinkel (korte keten) of de landbouwcoöperatie, of in de toeristische sector en de horeca.

LPD 11 De leerlingen passen de begrippen opbrengsten, kosten, winst en verlies toe binnen de context van een kleine handelonderneming.

- ✓ Je kan de leerlingen deze begrippen in de context van het ondernemend project (LPD 13) laten verkennen en gebruiken.

LPD 12 De leerlingen brengen in kaart hoe een onderneming zich op de markt competitief tracht op te stellen aan de hand van de marketingmix.

- ✓ Je kan vertrekken vanuit concrete situaties van ondernemingen uit de leefwereld van de jongere.
- ✓ Dit doel leent zich ertoe om aandacht te spenderen aan de verschuiving van de marketingmix. Zo stellen ondernemingen niet meer zichzelf of hun producten of diensten centraal, maar plaatsen de individuele consument en het maatschappelijk welzijn als middelpunt. Bij deze veranderende oriëntatie hoort dus ook een andere invulling van de marketingmix via het C-model. Dat neemt niet weg dat de meer traditionele "P"- benadering overeind blijft en nog steeds wordt toegepast.
- ✓ Je kan deze leerinhouden toepassen in het kader van het leerplandoel rond het ondernemend project (LPD 13).

4.3 Ondernemingszin en ondernemerschap

LPD 13 De leerlingen ontwikkelen ondernemingszin tijdens een ondernemend project met aandacht voor ondernemerschap

- ✓ Ondernemerschap gaat over het opstarten van een eigen zaak en alle daarop volgende fases die een ondernemer met zijn of haar onderneming kan doorlopen. Ondernemingszin is het vermogen om initiatief te nemen, ideeën in een bepaalde context te ontwikkelen, doorzettingsvermogen, verantwoordelijkheidszin en creativiteit waarmee mensen ideeën in daden omzetten. Het omvat dus ook het plannen en beheren van projecten om doelstellingen te kunnen verwezenlijken. Ondernemingszin is dus een ruimer begrip en wordt gezien als een noodzakelijke voorwaarde voor ondernemerschap.
- ✓ Het ondernemend project kan verschillende vormen aannemen zoals de ontwikkeling van een pop-up, de organisatie van een solidariteitsactie, een project rond gezonde voeding of een cultureel evenement, een technische realisatie.



- ✓ Tijdens het leerproces en specifiek in het project rond ondernemingszin en ondernemerschap ervaren leerlingen wat hun eigen voorkeuren en interesses, hun eigen mogelijkheden en beperkingen zijn met het oog op het maken van keuzes.
- ✓ Bij de start van het ondernemend project kan je een klasgesprek houden over het thema 'ondernemen' om leerlingen vervolgens duidelijk te maken dat ze tijdens het project zelf ondernemers zullen worden.
- ✓ Je kan samenwerken met vakken zoals Artistieke vorming en Nederlands of de basisoptie Kunst en creatie voor de ontwikkeling van een naam en logo voor het project, de vormgeving van het product, de presentatie van het product of de dienst. Samenwerking met STEM-wetenschappen en STEM-technieken is mogelijk voor de realisatie van een technische oplossing.
- ✓ Bij de voorbereiding en ontwikkeling van het project is het belangrijk aandacht te hebben voor de keuze van een leverancier, de doelgroep (klanten), de raming van kosten en opbrengsten, de bepaling van de verkoopprijs, de promotie van het project, de organisatie, de resultaatraming en -bepaling. Ook duurzaamheid is een factor om rekening mee te houden.
- ✓ De realisatie van een ondernemend project biedt kansen om LPD 11, 12, 21, 22, 23 en 24 in een praktische context toe te passen.
- ✓ Het voorbereidend denkproces van de ontwikkeling van het ondernemend project kan gebeuren met brainstormmethodieken zoals [Design Thinking](#), Innowiz, GPS ...
- ✓ Het uitwerken van het ondernemend project kan gebeuren met het Business Model Canvas. De voorstelling van het project kan gebeuren door middel van een pitch. Om dit leerplandoel te realiseren kan je een educatief spel of leerproject inzetten. Zo biedt VLAJO (Vlaamse Jonge Ondernemingen) leertrajecten aan om een kleine onderneming uit te bouwen of leerlingen hun ondernemende talenten te leren ontdekken.

4.4 De overheid en de samenleving

LPD 14 De leerlingen verklaren aan de hand van voorbeelden uit de economische actualiteit de rol van de lokale overheid in de economie.

- ✓ Je kan de leerlingen via de website van hun gemeente, de lokale krant of een interview op zoek laten gaan naar voorbeelden van o.m. maatregelen ter bevordering van ondernemerschap zoals ondersteuning van starters, maatregelen om duurzame ontwikkelingsdoelen te realiseren zoals de bevordering van een duurzame mobiliteit, bescherming van het milieu ...

LPD 14.1 De leerlingen illustreren de rol van de nationale en internationale overheid aan de hand van actuele voorbeelden uit de eigen leefwereld

4.5 De data-economie

LPD 15 De leerlingen illustreren hoe de consument onbewust producent is van data waarvan bedrijven, overheden en instellingen gebruik maken.

- ✓ In de ontwikkeling van het doel is het aanbevolen om gebruik te maken van contexten gerelateerd aan data die verzameld worden via onder meer:
 - gratis online diensten zoals apps, games, filmpjes, bookingsites, pers, social media ...;
 - cookies;
 - klantenkaart;
 - registratie van het offline en online aankoopgedrag van de klant;
 - surf- en zoekgedrag;
 - internetgebruik: facebook, Whatsapp, berichtensystemen;
 - smartphone gebruik;
 - locatiebepaling.

LPD 16 De leerlingen illustreren dat bedrijven, instellingen en overheden informatie halen uit beschikbare digitale data.

- ✓ Het is belangrijk dat leerlingen het verschil tussen data en informatie kennen.
- ✓ Je kan leerlingen op zoek laten gaan naar voorbeelden in hun gezinssituatie waarbij bedrijven aan de hand van de verzamelde data de consumenten benaderen met reclame op naam, gepersonaliseerde reclame, verjaardaggeschenken ...
- ✓ Je kan leerlingen laten ervaren dat cookies en klantenkaarten kanalen zijn om data over de consument te verzamelen.

LPD 17 De leerlingen reflecteren over de plaats van technologie en het gebruik van data in de eigen leefwereld en in de maatschappij.

- ✓ Je kan leerlingen wijzen op de gevolgen van GDPR op het eigen online handelen.
- ✓ Je kan hierbij leerlingen laten inzien dat ze persoonlijke gegevens doorgeven telkens zij accounts aanmaken op het internet.
- ✓ Je kan leerlingen o.m. wijzen op cookies en locatiebepaling, hen confronteren met de gevolgen van het plaatsen van foto's, berichten op het internet.

LPD 18 De leerlingen verklaren dat data en informatie niet altijd betrouwbaar zijn waardoor verkeerde beslissingen en conclusies kunnen genomen worden.

- ✓ Het is belangrijk om het onderscheid tussen data en informatie te duiden.
- ✓ Je kan leerlingen confronteren met al of niet gemanipuleerde foto's, hen laten ervaren dat ze online foute informatie de wereld kunnen insturen (zoals bijvoorbeeld bij Wikipedia) of dat ratings op reiswebsites kunnen worden beïnvloed.



- ✓ Je kan leerlingen kritisch de testresultaten van producten (smaak versus gezondheid en kwaliteit) laten doornemen.

LPD 19 De leerlingen lichten de mogelijkheden toe die de consument heeft om zijn privacy online te beschermen.

- ✓ Het is de bedoeling dat leerlingen zich bewust zijn van de invloed van de digitalisering en het verzamelen van big data op de samenleving. Belangrijk is het ontwikkelen van het bewustzijn van de veiligheid ten opzichte van hun identiteit (privacy).
- ✓ De leerlingen zijn zich bewust van hun digitale identiteit en persoonsgegevens waarmee een online profiel van de internetgebruiker wordt gemaakt. Je kan dieper ingaan op de waarde van deze persoonsgegevens. Een online profiel wordt gebruikt door bedrijven om geld mee te verdienen. Een app is ook om die reden bijna nooit gratis. Tot slot is het belangrijk in te gaan op het bewust beschermen van je persoonsgegevens aan de hand van privacyrechten en het handelingsperspectief van de gebruiker.
- ✓ Je kan leerlingen wijzen op de gevolgen van GDPR op het eigen online handelen.

LPD 20 De leerlingen illustreren hoe bedrijven, instellingen en overheden de verkregen informatie na data-analyse inzetten om hun bedrijfsprocessen, producten of dienstverlening aan te passen.

- ✓ Je kan leerlingen wijzen op de continue bevraging die je ontvangt na een aankoop of een bezoek aan winkel, restaurant, museum ...

4.6 ICT binnen de economische processen

LPD 21 De leerlingen passen digitale vaardigheden functioneel toe.

- ✓ Binnen het kader van de basisoptie Economie en organisatie is de ontwikkeling en het efficiënt inzetten van digitale vaardigheden van groot belang. Je kan hierbij aandacht besteden aan:
 - het ontwikkelen van een leesbare, scanbare lay-out;
 - het maken van en het zich houden aan afspraken zoals het zich houden aan normen, sjablonen, ingebouwde stijlen ...;
 - het gebruik van cloudtoepassingen voor het opzoeken en voorstellen van informatie of bij brainstormoefeningen;
 - het beknopt, visueel en aantrekkelijk voorstellen en presenteren van economische informatie met behulp van infographics, storyboard of een video. Voor het maken van een video kan je met online of offline toepassingen werken.
- ✓ Je kan de leerlingen erop attent maken dat data op verschillende manieren gedigitaliseerd kunnen worden. De manier waarop bepaalt de bewerkingen die je erop kan uitvoeren. Je kan bv. de leerlingen artikels uit kranten, tijdschriften, pdf's digitaal op verschillende manieren laten verwerken, zoals een tekst inscannen als

leesbare tekst, een tekst inscannen als beeld. Hierdoor ervaren de leerlingen dat verschillende representaties ook verschillende doelen dienen (zoeken, aanpassen, de opslagcapaciteit is belangrijk ...).

- ✓ Je kan leerlingen bestanden leren converteren naar andere dataformaten.

LPD 22 De leerlingen zoeken gericht in online databanken in een economische context.

- ✓ Er zijn massa's online databanken die kunnen gebruikt worden voor reizen, winkelen of vrije tijd. ...

LPD 23 De leerlingen gebruiken functioneel een rekenblad om

- **bedrijfseconomische processen uit te voeren met behulp van eenvoudige formules die zij controleren op hun validiteit;**
- **data grafisch weer te geven.**

- ✓ Je kan aandacht hebben voor o.m.:
 - datatypes: tekst, getallen;
 - efficiënt doorvoeren van formules;
 - functies: Som, Gemiddelde, Max, Min;
 - functionele opmaak: getallennotatie (getal, datum, percentage, valuta), tekenopmaak, randen en arceringen, uitlijning, cellen samenvoegen;
 - grafiektype: kolom, staaf, lijn, cirkel en spreiding;
 - opmaak grafiek;
 - rijen, kolommen omdraaien.
- ✓ Je kan de leerlingen eerst laten nadenken over hoe het rekenblad moet opgebouwd worden en welk grafiektype ze willen gebruiken.
- ✓ Bij het invoeren van eenvoudige formules is het de bedoeling dat de leerlingen de aangeleerde rekenregels respecteren en toepassen.
- ✓ Je kan de leerlingen zelf leren controleren of hun formules valide zijn.

LPD 24 De leerlingen testen zelf ontworpen niet-digitale algoritmes voor bedrijfseconomische processen.

- ✓ Je kan de leerlingen pseudocode laten gebruiken om eenvoudige algoritmes binnen een economische context uit te werken. Voorbeelden: contactloze betaling, een product uit een automaat halen, geld afhalen, online een aankoop doen, een app installeren.
- ✓ Je kan leerlingen via het ontwerp van zoek- en sorteeralgoritmes (unplugged) laten ervaren dat sorteren van data het zoeken kan versnellen.
- ✓ De focus bij dit leerplandoel ligt op het verwerven van inzicht in de procedures die achter bedrijfseconomische processen zitten.



LPD 25 De leerlingen testen zelf ontworpen programma's in een grafische programmeertaal voor eenvoudige economische toepassingen en hebben hierbij aandacht voor variabelen en constanten.

- ✓ Leer de leerlingen eerst een analyse te maken alvorens het programma uit te werken.
- ✓ Leer de leerlingen om de eigen programma's te testen aan de hand van zelf bedachte of opgegeven testwaarden.

LPD 25.1 De leerlingen ontwerpen een prototype van een applicatie met aandacht voor de digitale beleving van de klant en de economische gevolgen.

- ✓ Je kan leerlingen een ontwerp voor een app of website op een smartphone via een presentieprogramma laten ontwerpen voor een organisatie uit hun leefwereld.

5 Lexicon

Het lexicon bevat een verduidelijking bij de in het leerplan gebruikte begrippen. De verduidelijking gebeurt enkel ten behoeve van de leraar.

Alternatieve verdienmodellen

Een verdienmodel geeft aan hoe een bedrijf zijn geld verdient. Dat kan een onderneming op verschillende manieren doen. Niet elke manier zal voor elk bedrijf werken. Het is dan ook belangrijk dat een bedrijf, voordat het zijn activiteiten begint, goed nadenkt over hoe het zijn geld denkt te gaan verdienen. De kosten die een bedrijf maakt, zullen immers op een of andere manier terugverdiend moeten worden.

Op basis van technologische en consumententrends kunnen vijf hoofdtrends in de opkomst van nieuwe verdienmodellen onderscheiden worden:

- Grootschalig maatwerk ('mass customisation'). Door digitale ontwerpplatforms en fabricagetechnieken kan maatwerk worden geboden aan een groot publiek. De ultieme vorm van maatwerk is dat elke individuele klant zijn eigen producten kan (laten) ontwerpen op basis van zijn voorkeuren als stijl, kleur of materiaal.
- Peer-to-peerverkopen of de 'sharing economy'. Dit zijn alle verdienmodellen gebaseerd op delen, (om)ruilen, handelen of huren van producten.
- Het abonnementsmodel. Naast het traditionele abonnementsmodel waarbij klanten een bedrag betalen om toegang te krijgen tot product en diensten is er model waar je je aanmeldt om periodiek een product of dienst af te nemen. Soms betaal je voor het abonnement, soms voor het verbruik. Ook zijn er modellen met een basisabonnement, al dan niet gratis, waarbij je extra betaalt voor additionele diensten.
- Social merchandise is de verzamelnaam van activiteiten waarbij ondernemingen (retailers) via social media als Pinterest, Instagram, Google+, Tumblr, YouTube, Twitter of Facebook op voorhand vragen naar hun voorkeur voor producten. Op basis van deze data kunnen zij nauwkeuriger inschatten wat goed kan verkopen via social media.
- De circulaire economie is een alternatief verdienmodel geïnspireerd door duurzaamheid.

Circulaire economie

In de circulaire economie staat het maximale hergebruik van producten en de waardevolle grondstoffen die erin verwerkt zijn centraal om waardevernietiging te voorkomen en negatieve milieueffecten te minimaliseren. Dit in tegenstelling tot het lineaire systeem, waarin grondstoffen worden omgezet in producten die na verbruik worden vernietigd.

Design thinking

Design thinking is een methode, een manier van denken en werken om op een praktische en creatieve manier problemen op te lossen of nieuwe producten en diensten te ontwikkelen. Design thinking bestaat uit meerdere essentiële vaardigheden in een combinatie van empathie, creativiteit en rationaliteit om in behoeftes van gebruikers te voorzien en nieuwe waarde te creëren. Design thinking is in essentie een creatief proces, dat, anders dan analytisch denken, vooral zorgt voor het genereren van goede ideeën. Niet oordelen is erg belangrijk. Dit voorkomt de angst voor het maken van fouten en zorgt ervoor dat iedereen meedoet in het creëren van ideeën en eerste prototypes. Outside the box denken wordt gestimuleerd.

Macro-trends in de maatschappij

Trend 1

De toenemende heterogeniteit (diversiteit) in de maatschappij zoals de toenemende vergrijzing, de toename van het aantal singels, de urbanisatie, de toenemende diversiteit in de maatschappij (cultuur versus levensstijl) die een invloed hebben op behoeftes rond wonen, mobiliteit, voeding, gezondheid.

Trend 2

Sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen zoals:

- Toenemende aandacht voor duurzaam leven. De consument wordt zich immers steeds bewuster van de negatieve impact van consumptie op het milieu, de samenleving en zichzelf. Dit komt aan bod in Mens & samenleving, maar kan hier verder verdiept en verbreed worden.
- De vraag naar meer transparantie op de markt vanwege de consument. De consument verwacht steeds meer openheid en transparantie van bedrijven en kijkt uit naar bedrijven die ethisch te werk gaan en een zinvol verschil maken.
- Een grotere aandacht voor een evenwichtige en gezonde leefstijl (work-life balance). De consument is steeds meer op zoek naar producten en diensten die ons helpen of minstens aanmoedigen om ons betere zelf te realiseren en voor meer welzijn te zorgen.

Trend 3

De versnelde technologische ontwikkelingen en digitalisering kent geen grenzen. Ze verandert niet alleen het gedrag en de verwachtingen van de consument, maar ook de manier waarop nieuwe diensten worden geleverd. Er zijn heel wat toepassingen die voornamelijk de beleving van de consument willen beïnvloeden. Zo is er onder meer de ontwikkeling van e-commerce, het toenemend gebruik van digitale informatie en apparaten en andere digitale toepassingen. De digitalisering schept ook mogelijkheden rond vergelijking van prijs, productinformatie, verkoopsvoorwaarden en gebruikershandleidingen.

Trend 4

De toenemende aandacht voor ecologie en duurzaamheid. De consument is zich meer en meer bewust van de gevolgen van de klimaatverandering, de tekorten aan grondstoffen en hulpbronnen, de nood aan het reduceren van afval in onze samenleving. De consument gaat op zoek naar alternatieven in zijn consumentengedrag.

Marketingmix

De marketingmix is een combinatie van instrumenten voor het invullen van een marketingstrategie. Voor



het invullen van een marketingstrategie werd tot nog toe beroep gedaan op 4, 5, 6 of 7 P's. De vier P's die als basis gelden zijn:

- Product: om wat voor product (goed) of dienst gaat het?
- Prijs: wat is de prijs van het product of de dienst?
- Plaats: waar kan de consument het product of de dienst kopen en hoe komt het daar?
- Promotie: hoe wordt het product of de dienst onder de aandacht van consumenten gebracht om de verkoop te stimuleren?

Soms werden hier nog enkele P's aan toegevoegd zoals Personeel, Periferie (omgeving), verPakking.

In de loop der tijd is het marketinggericht ondernemen veranderd van een productoriëntatie naar een marketingoriëntatie of zelfs een maatschappelijke marketingoriëntatie. Dit houdt in dat bedrijven niet meer zichzelf of hun producten of diensten als middelpunt nemen, maar de individuele consument en het maatschappelijk welzijn. Bij die veranderende oriëntatie hoort dus ook een andere invulling van de marketingmix.

Die nieuwe invulling van de marketinginstrumenten is gebaseerd op 4 C's:

- Customer: er wordt gedacht vanuit de consument: waarom is dit product of deze dienst een oplossing voor de consument?
- Cost: kosten voor de consument. Het gaat niet alleen meer om de prijs van het product of de dienst, maar ook om alles wat het de consument verder kost. Is het duurzaam (bv. chocolade) verbouwd? Wat kost het me om bij de winkel te komen? Heeft het product of de dienst vervelende gevolgen voor mijn dagelijks leven. Elke consument maakt hierin zijn eigen berekening op basis van zijn waarden.
- Convenience: het gemak van de klant. De moderne klant wil vooral gemak. Het aanbod is groot en de tijd van de consument is kostbaar. Als een klant veel moeite moet doen om aan een product of dienst te komen, haakt hij snel af. Dat geldt uiteraard niet voor speciality goods. Een winkel of webshop die thuisbezorgt, tijdens avonduren, speelt in op het gemak van de klant.
- Communication: in de nieuwe marketingmix gaat het niet alleen om het promoten van het product of de dienst. De klant wil inspraak. Interactie wordt steeds belangrijker. Klanten moeten genoeg informatie (het liefst online) kunnen vinden, gemakkelijk klachten kunnen indienen en op een laagdrempelige wijze contact kunnen zoeken.

Samengevat:

- product wordt consumentenoplossing;
- prijs wordt kosten voor de consument;
- plaats wordt gemak van de klant;
- promotie wordt communicatie.

Pitch

Een elevatorpitch (elevator = lift; pitch = verkooppresentatie) is een presentatiewijze van een idee voor een product, service of project. De naam geeft de tijdsduur weer waarin een lift van de onderste naar de bovenste verdieping gaat, in ongeveer 30 seconden tot 2 minuten. In eerste instantie werd deze term gebruikt bij ondernemers die een idee proberen op te werpen om financiering los te krijgen. Bij een elevatorpitch is een in het oog springende presentatie met denkbeelden, vergelijkingen en voorbeelden van essentieel belang. Voor een succesvolle elevatorpitch tellen verder niet alleen gegevens en feiten, maar is ook het aanspreken van de emotie van belang. Je kan een GPS-kit aanvragen bij Flanders DC. Op de website van Flanders DC kan je ook een overzicht vinden van de trends waarrond je kan werken.

Visuele communicatie

Visuele communicatie is communicatie door middel van beelden, objecten, composities, gebaren of kleuren. Voorbeelden zijn infographics, emoticons, presentatievormen (etalieren, verpakken, digitale presentatievormen ...) ...

6 Basisuitrusting

Basisuitrusting verwijst naar het didactisch materiaal en de uitrusting die in elke les beschikbaar moeten zijn voor de realisatie van de leerplandoelen.

6.1 Infrastructuur

Een lokaal

- met een (draagbare) computer waarop de nodige software en audiovisueel materiaal kwaliteitsvol werkt en die met internet verbonden is;
- met de mogelijkheid om (bewegend beeld) kwaliteitsvol te projecteren;
- met de mogelijkheid om geluid kwaliteitsvol weer te geven;
- met de mogelijkheid om draadloos internet te raadplegen met een aanvaardbare snelheid;
- Toegang tot (mobile) devices voor leerlingen.

6.2 Materiaal waarover elke leerling moet beschikken

Om de leerplandoelen te realiseren beschikt elke leerling minimaal over onderstaand materiaal. De school bespreekt in de schoolraad wie (de school of de leerling) voor dat materiaal zorgt. De school houdt daarbij uitdrukkelijk rekening met gelijke kansen voor alle leerlingen.

Voor elke les met ICT:

- Per leerling een actueel computersysteem met de nodige actuele programma's en apps om de leerplandoelen te realiseren, waaronder een geschikte, didactisch verantwoorde en actuele grafische programmeeromgeving zoals Scratch. De gebruikte programma's en apps werken met een aanvaardbare performantie op het computersysteem. Dat computersysteem is verbonden met internet indien dit vereist is voor de realisatie van de doelen.



Inhoud

1	Algemene inleiding	3
1.1	Het leerplanconcept: vijf uitgangspunten	3
1.2	De vormingscirkel – de opdracht van secundair onderwijs	3
1.3	Ruimte voor leraren(teams) en scholen	4
1.4	Verbreding en verdieping in een observerende en oriënterende eerste graad	5
1.5	Opbouw van de leerplannen	6
1.6	Basisgeletterdheid	6
1.7	Tot slot	7
2	Situering	7
2.1	Samenhang in de eerste graad	7
2.2	Beginsituatie	8
2.3	Plaats in de lessentabel	8
3	Pedagogisch-didactische duiding	8
3.1	Economie en organisatie en het vormingsconcept	8
3.2	Krachtlijnen van het leerplan	8
3.3	Opbouw van het leerplan	9
3.4	Aandachtspunten	10
4	Leerplandoelen	11
4.1	De consument in de samenleving	11
4.2	De onderneming in de samenleving	13
4.3	Ondernemingszin en ondernemerschap	15
4.4	De overheid en de samenleving	16
4.5	De data-economie	17
4.6	ICT binnen de economische processen	18
5	Lexicon	20
6	Basisuitrusting	23
6.1	Infrastructuur	23
6.2	Materiaal waarover elke leerling moet beschikken	23