



**Manage je bedrijf  
(voor de ZZP-er en de Startup)**

## **Leerdoelen catalogus**

2016 / V3



[www.ebcl.eu](http://www.ebcl.eu)

# Introductie op het EBC\*L Enterprise certificaat voor de ZZP-er / Startup

Tot de doelgroepen van het EBC\*L Enterprise programma worden personen gerekend, die als zelfstandige zonder personeel een bedrijf willen beginnen of al hebben. De samenleving verandert en daarmee ook de economie. De positie en het belang van de ZZP-er / Startup is aan verandering onderhevig. Ook zijn meer mensen afhankelijk van een inkomen als ZZP-er en kiezen meer mensen als Startup bewust voor het ondernemerschap. Garanties voor succes laten zich echter niet voorspellen en beoordelen. Werken aan je eigen kwaliteiten biedt een weg naar succes.

Het programma EBC\*L Enterprise voor de ZZP-er / Startup is modulair opgebouwd en richt zich op alle aspecten van het startend ondernemerschap. Het programma sluit zoveel mogelijk aan bij de vragen over de onderneming, alsook bij de vragen over de ZZP-er zelf. Je ontwikkelt inzicht, kennis en vaardigheden via oefeningen, opdrachten en korte theoretische inleidingen. Uitwisseling van ideeën en ervaringen zorgen voor de nodige verbreding en verdieping.

De vragen die aan de orde komen zijn:

- Wat zijn mijn sterke en zwakke vaardigheden?
- Hoe manage ik als ZZP-er / Startup mijn leven?
- Zijn mijn doelen reëel en kan ik deze bereiken?
- Waar liggen mijn eigen sterke kanten en hoe kan ik mijn zwakke kanten beter hanteren?
- Hoe kan ik toekomstgericht denken en beter de belangrijke beslissingen nemen?
- Hoe hou ik mijn onderneming zakelijk gezond?
- Hoe bereik en behoud ik klanten?
- Hoe bereken ik mijn kosten en prijzen?
- Wat voor mogelijkheden bieden de sociale media mij?

Aan de hand van vragen en een praktische werkwijze bereiden we je voor op het behalen van het EBC\*L Enterprise certificaat. Aan dit certificaat liggen leerdoelen ten grondslag welke in dit document overzichtelijk zijn weergegeven.

### **Wat betekent het EBC\*L Enterprise programma voor de ZZP-er / Startup?**

- De ZZP-er en Startup zijn beter voorbereid en kunnen beter inspelen op veranderingen;
- Men begrijpt de invloed van de directe omgeving op het bedrijf beter;
- En niet in het minst kan men de eigen bedrijfsstrategieën en activiteiten, die zeer vaak geassocieerd worden met de bedrijfsvoering, beter plannen en controleren.
- Men heeft inzicht in zijn/haar eigen kwaliteiten.

## **EBC\*L leven-lang-leren staat voor competentie-georiënteerd leren!!**

EBC \* L betekent ook competentiegericht leren! Het didactische basisconcept is gebaseerd op het door de Europese Unie vastgestelde competentiebep. EBC\*L besteedt in haar programma's vanuit deze invalshoek aandacht aan de combinatie van kennis, vaardigheden en aan de praktijk waarbinnen het geleerde zich afspeelt. De EBC\*L gediplomeerden moeten in staat zijn om te doen wat nodig is, op basis van hun huidige en toekomstige situatie. Maar ook ten behoeve van de eigen persoonlijke ontwikkeling. Dit laatste gaat vaak hand in hand met zakelijk succes.

Het is de verantwoordelijkheid van onze trainers/docenten om deelnemers voor te bereiden op de diverse onderwerpen, zodat zij straks in staat zijn om succesvol te zijn. Dit wordt gedaan door in het bijzonder aan te sluiten bij de leefwereld en praktijk van de doelgroepen. In dit geval de ZZP-er en de Startup. Op deze wijze leveren EBC\*L opleidingen en cursussen een bijdrage aan 7 van de 8, door de Europese Commissie genoemde, belangrijke vaardigheden, nl.: Ondernemerschap, de moedertaal, wiskundige/reken competentie, leren leren en interpersoonlijke, interculturele, sociale en burgerschapscompetenties.

## Structuur van de leerdoelen catalogus / examens

De leerdoelencatalogus van EBC\*L Enterprise geeft een zeer nauwkeurig beeld van de inhoud en daarmee ook van de inhoud van het examen. Het examen wordt uitgevoerd volgens internationaal vastgestelde normen en wordt centraal beoordeeld.

In de leerdoelen worden meestal de begrippen “ **Inzicht, uit kunnen leggen, verklaren en hanteren** ” gebruikt. Hiermee wordt bedoeld, dat:

- ✓ Begrippen gedefinieerd kunnen worden, bijvoorbeeld de essentiële kengetallen berekend kunnen worden of vaardigheden kunnen worden toegepast;
- ✓ Begrippen en inzichten aan de hand van een gegeven of zelf gekozen voorbeelden duidelijk gemaakt kunnen worden;
- ✓ Op het niveau van ZZP / Startup competenties in kennis, houding en vaardigheden voor het ondernemerschap of ondernemend gedrag worden beoogd en beargumenteerd.

Dit betekent, dat de verworven kennis en vaardigheden niet alleen weergegeven moeten worden, maar ook in voorbeelden en praktijksituaties toegepast dienen te worden.



**Manage je bedrijf  
(voor de ZP-er en de Startup)**

# **Leerdoelencatalogus Economisch denken & plannen**

2016 / V3



[www.ebcl.eu](http://www.ebcl.eu)

## ECONOMIE

### 1. HET PRINCIPE VAN DE ECONOMISCHE EFFICIËNTIE

1.1. De term **economische efficiëntie** uit kunnen leggen.

1.2. De term **economisch** uit kunnen leggen.

1.3. Het nut van economisch denken en handelen uit kunnen leggen.

1.4. Het concept van schaarste en beperkte middelen uit kunnen leggen.

1.5. De term **input** uit kunnen leggen.

1.6. De term **hulpbron** uit kunnen leggen.

1.7. De term **output** uit kunnen leggen.

1.8. De term **input-output ratio** uit kunnen leggen.

1.9. De volgende stelling uit kunnen leggen: met **het gebruik van de beschikbare middelen (input)** een zo goed mogelijk resultaat (output) realiseren.

1.10. De volgende stelling uit kunnen leggen: met het minimale gebruik van middelen (input) een **gewenst resultaat (output)** bereiken.

1.11. De volgende stelling uit kunnen leggen: met het minimale gebruik van de middelen (input) een **zo goed mogelijk resultaat (output)** bereiken.

1.12. Op basis van concrete voorbeelden, **economisch gedrag** uit kunnen leggen.

1.13. Op basis van concrete voorbeelden **niet-economisch gedrag** uit kunnen leggen.

<b>2. KOSTEN - BATEN - WAARDE</b>	
	2.1. De volgende uitspraak kunnen verklaren: <b>" des te schaarser een product is, des te hoger meestal de waarde ervan is."</b>
	2.2. De volgende uitspraak kunnen verklaren: <b>"Des te meer er van een product is, des te kleiner is meestal hun waarde."</b>
	2.3. Het begrip <b>reële schaarste</b> uit kunnen leggen.
	2.4. Het begrip <b>kunstmatig opgewekte schaarste</b> uit kunnen leggen.
	2.5. Het begrip <b>voordeel</b> uit kunnen leggen.
	2.6. Het begrip <b>kosten</b> uit kunnen leggen.
	2.7. Kunnen verklaren waarom "input" en "output" - en daarmee de winstgevendheid - <b>vaak niet in financiële termen of cijfers</b> kan worden gewaardeerd en gemeten.
	2.8. Het volgende gezegde betekenis kunnen geven: <b>"Niet alles van waarde, moet ook een prijs hebben."</b>
<b>3. COMPLEXE WERELD</b>	
	3.1. Uit kunnen leggen wat er met <b>afnemende toegevoegde waarde</b> wordt bedoeld.
	3.2. Uit kunnen leggen wat er met <b>toenemende extra kosten</b> wordt bedoeld.
	3.3. De volgende zin uit kunnen leggen: Wat <b>op korte termijn economisch lijkt</b> , kan <b>op de lange termijn</b> zeer oneconomisch zijn.
	3.4. De volgende zin uit kunnen leggen: Wat op <b>korte termijn niet economisch</b> lijkt, kan op <b>de lange termijn</b> zeer economisch zijn.
	3.5. Het verschil tussen een <b>subjectief</b> en <b>objectief gezichtspunt</b> (perspectief) uit kunnen leggen.

## DOELEN

THEMA'S	LEERDOELEN
4. <b>DOELEN</b>	4.1. Het kunnen uitleggen wat er met de <b>visie van een bedrijf</b> wordt bedoeld.
	4.2. Het verschil tussen de <b>lange en korte termijn doelen</b> uit kunnen leggen en deze kunnen formuleren.
	4.3. Een overzicht van de <b>financiële doelen</b> en hun <b>onderlinge samenhang</b> kunnen geven.
5. <b>OMZET, WINST EN VERLIES</b>	5.1. Het begrip <b>omzet</b> uit kunnen leggen.
	5.2. Het begrip <b>winst</b> uit kunnen leggen.
	5.3. Het begrip <b>verlies</b> uit kunnen leggen.
6. <b>RENTABILITEIT</b>	6.1. Het begrip “ <b>rentabiliteit</b> ” uit kunnen leggen.
	6.2. Het begrip <b>rentabiliteit</b> vanuit het perspectief van EPU uit kunnen leggen.
7. <b>LIQUIDITEIT</b>	7.1. Het begrip " <b>liquiditeit</b> " uit kunnen leggen.
	7.2. Uit kunnen leggen waarom <b>voldoende liquiditeit</b> voor het voortbestaan van de onderneming van <b>cruciaal belang</b> is.
	7.3. Het begrip “ <b>liquide middelen</b> ” uit kunnen leggen.
	7.4. Het begrip " <b>liquiditeitstekort</b> " uit kunnen leggen.
8. <b>KREDIET-WAARDIGHEID</b>	8.1. Het begrip “ <b>kredietwaardigheid</b> ” (credit) uit kunnen leggen.
9. <b>CONCURRENTIE-VERMOGEN</b>	9.1. De begrippen <b>concurrentie</b> en <b>concurrentievermogen</b> uit kunnen leggen.



<b>10. PRODUCTIVITEIT</b>	10.1. Het begrip " <b>productiviteit</b> " uit kunnen leggen. 10.2. De mogelijkheden kennen om de <b>productiviteit</b> van een bedrijf te kunnen <b>vergroten</b> .
<b>11. VERANTWOORDELJKHEID</b>	11.1. Het begrip " <b>corporate social responsibility (CSR)</b> " uit kunnen leggen.
<b>12. DUURZAAMHEID</b>	12.1. Het begrip " <b>duurzaam ondernemen</b> " uit kunnen leggen.
	12.2. Het verschil tussen <b>korte termijn en lange termijn denken</b> uit kunnen leggen.

## MANAGEMENT, PLANNING, BESLUITVORMING

THEMA	LEERDOELEN
<b>13. MANAGEMENT BEGINSELEN</b>	
	13.1. De begrippen management en management doelen uit kunnen leggen.
	13.2. Het begrip “management-proces” uit kunnen leggen.
	13.3. Het begrip “management tool” uit kunnen leggen.
<b>14. BELANGRIJKE VRAGEN OVER DE PLANNING</b>	
	14.1. Het <b>belang van</b> een gedegen business planning voor een bedrijf uit kunnen leggen.
	14.2. Uit kunnen leggen waarom business planning altijd schriftelijk onderbouwd moet zijn.
	14.3. De vragen waar een economisch gezond plan (het businessplan) aan ten grondslag ligt, uit kunnen leggen.
	14.4. Het belangrijkste probleem bij planning uit kunnen leggen.
<b>15. KANSEN EN RISICO's</b>	
	15.1. De <b>financiële kansen</b> van een bedrijf beargumenteerd uit kunnen leggen.
	15.2. De <b>niet-financiële kansen</b> van een bedrijf uit kunnen leggen.
	15.3. De <b>financiële risico's</b> voor een bedrijf uit kunnen leggen.
	15.4. De begrippen <b>insolventie en faillissement</b> met de daaraan verbonden consequenties uit kunnen leggen.
	15.5. De <b>niet-financiële risico's</b> van een bedrijf uit kunnen leggen.

THEMA	LEERDOELEN
16.	<b>BESLISSINGEN UIT HOOFDE VAN ECONOMISCHE ASPECTEN</b>
	<p>16.1. Het <b>hoofdprobleem</b> van iedere beslissing uit kunnen leggen.</p> <p>16.2. De volgende stelling uit kunnen leggen: <b>iedere beslissing voor iets is op hetzelfde moment een beslissing tegen iets.</b></p> <p>16.3. Uit kunnen leggen waarom men niet eendimensionaal maar holistisch moet denken.</p> <p>16.4. Het begrip <b>rationele beslissing</b> uit kunnen leggen.</p> <p>16.5. Het begrip <b>gevoelsmatige beslissing</b> (intuïtief) uit kunnen leggen.</p> <p>16.6. Het begrip <b>irrationele beslissing</b> uit kunnen leggen.</p> <p>16.7. het begrip <b>tunnelvisie</b> uit kunnen leggen.</p>

## 17. BESLISINSTRUMENTEN

	17.1. Het <b>besluitvormingsproces</b> uit kunnen leggen.
	17.2. Basismethoden kunnen uitleggen waarmee de <b>doelgerichtheid van beslissingen</b> verhoogd kan worden.
	17.3. De schriftelijke <b>plus minus lijst</b> voor de besluitvorming uit kunnen leggen.
	17.4. De <b>scenario-analyse</b> (best case -slechtste geval - realistische geval) uit kunnen leggen.
	17.5. De <b>ABC-analyse</b> uit kunnen leggen.

## MARKT en MARKETING

THEMA	LEERDOELEN
<b>18. MARKT en MARKETING</b>	
	18.1. Het begrip <b>markt</b> uit kunnen leggen.
	18.2. De begrippen <b>aanbieder (verkoper)</b> en <b>vragers (kopers)</b> uit kunnen leggen.
	18.3. De <b>relatie tussen vraag, aanbod en de prijs</b> uit kunnen leggen.
	18.4. Het begrip <b>marketing</b> uit kunnen leggen.
<b>19. DOELGROEPEN / KLANTEN</b>	
	19.1. De betekenis van de volgende zin uit kunnen leggen. " <b>Het product moet aantrekkelijk zijn voor de klant en voor de verkoper.</b> "
	19.2. Het begrip <b>doelgroepen</b> uit kunnen leggen.
	19.3. Het begrip <b>klanten</b> uit kunnen leggen.
	19.4. Mogelijke <b>koopmotieven</b> kunnen benoemen en <b>klantwensen</b> uit kunnen leggen.
<b>20. CONCURRENTIE</b>	
	20.1. Het begrip <b>concurrentiestrijd</b> uit kunnen leggen.
	20.2. Het begrip <b>concurrentie</b> uit kunnen uitleggen.
	20.3. Het begrip <b>monopolie</b> uit kunnen leggen.
	20.4. het begrip <b>sterke concurrentie</b> uit kunnen leggen.
	20.5. De begrippen <b>goede marktpositie en slechte marktpositie</b> uit kunnen leggen.
	20.6. De zin " <b>Het beste is de vijand van het goede</b> " uit kunnen leggen.

THEMA	LEERDOELEN
<b>21. DE JUISTE PRODUCTEN</b>	
	21.1. Het begrip <b>productbeleid</b> uit kunnen leggen.
	21.2. Het begrip <b>unique selling point(USP)</b> uit kunnen leggen.
	21.3. Het begrip <b>assortiment</b> uit kunnen leggen.
	21.4. Het begrip <b>innovatie</b> uit kunnen leggen.
<b>22. DE JUISTE PRIJS</b>	
	22.1. Uit kunnen leggen waarom <b>de 'juiste prijs</b> een cruciale rol speelt.
	22.2. Uit kunnen leggen met welke <b>factoren</b> er rekening moet worden gehouden bij het bepalen van de prijs.
	22.3. Verschillend <b>prijsklassen beleid</b> uit kunnen leggen.
	22.4. Uit kunnen leggen waarom het <b>zo moeilijk</b> is om de juiste prijs te bepalen.
<b>23. DE JUISTE RECLAME</b>	
	23.1. Verschillende <b>manieren</b> van reclame maken uit kunnen leggen.
	23.2. De begrippen <b>merk, logo, slogan</b> uit kunnen leggen.
	23.3. De strategieën bij het <b>ontwerpen van succesvolle</b> reclame kunnen uitleggen.

## FINANCIELE PLANNING EN CONTROL

24. ONTVANGSTEN-UITGAVEN-PLANNING	
	24.1. Uit kunnen leggen op welke fundamentele <b>vragen</b> er via een inkomsten / uitgaven prognose antwoorden worden gegeven.
	24.2. De <b>basisstructuur</b> van een inkomsten / uitgaven planning uit kunnen leggen.
	24.3. De begrippen <b>inkomsten</b> oftewel <b>omzet</b> uit kunnen leggen.
	24.4. Het verschil tussen <b>vaste inkomsten en variabele inkomsten</b> uit kunnen leggen.
	24.5. Het begrip <b>lasten</b> of <b>kosten</b> uit kunnen leggen.
	24.6. Het verschil tussen <b>vaste lasten (kosten)</b> en <b>variabele lasten (kosten)</b> uit kunnen leggen.
	24.7. Het begrip <b>cashflow</b> uit kunnen leggen.
	24.8. Het begrip "dekking" en "tekort" uit kunnen leggen.
	24.9. Een <b>inkomsten-uitgaven planning (budget)</b> voor een bedrijf kunnen maken.

## BALANS EN VERLIES- EN WINSTREKENING

THEMA	LEERDOELEN
<b>25. BALANS</b>	25.1. De basisstructuur van een balans uit kunnen leggen.
	25.2. De begrippen "vermogen zijde" of "activa" uit kunnen leggen
	25.3. De begrippen "kapitaalzijde" of "passiva" uit kunnen leggen.
	25.4. Het begrip "eigen vermogen" uit kunnen leggen.
	25.5. Het begrip "vreemd vermogen" uit kunnen leggen.
	25.6. Het begrip "vraag" uit kunnen leggen.
	25.7. Het begrip "aansprakelijkheid" uit kunnen leggen.
	25.8. Kan een "balans" voor een bedrijf opstellen en daarmee een overzicht van de financiële situatie, de schulden en het eigen vermogen krijgen.
<b>26. VERLIES en WINSTREKENING (V&amp;W-REKENING)</b>	26.1. De doelen en structuur van een verlies- en winstrekening uit kunnen leggen.
	26.2. Het begrip "omzet" uit kunnen leggen en de omzet kunnen berekenen.
	26.3. Het begrip "winst" en "verlies" uit kunnen leggen en de winst kunnen berekenen.
	26.4. Het verschil tussen de omzet en winst uit kunnen leggen.
	26.5. Afschrijvingen kunnen uitleggen en berekenen.
<b>27. ANALYSE VAN DE JAARREKENING</b>	27.1. Een (vereenvoudigde) jaarrekening van een bedrijf lezen en er de eerste conclusies uit kunnen trekken.



## CONTRACTEN

28. BASIS KNOW HOW VAN EEN CONTRACT	
	28.1. Uit kunnen leggen wat het belang van contracten voor een ieder is.
	28.2. Uit kunnen leggen wat een contract is en hoe deze tot stand komen.
	28.3. Uit kunnen leggen waarom een mondelinge afspraak ook een contract is.
	28.4. De belangrijkste punten van een formeel schriftelijk contract uit kunnen leggen.
	28.5. Het begrip Algemene Voorwaarden (AV) uit kunnen leggen.
	28.6. Het begrip win-winsituatie uit kunnen uitleggen.
	28.7. Het begrip eerlijkheid in relatie tot contracten uit kunnen uitleggen.
	28.8. Uit kunnen leggen wat er met contractbreuk wordt bedoeld.
	28.9. Uit kunnen leggen waarom vaak beide partijen van mening zijn dat de ander een contractbreuk heeft gepleegd (en hij "in zijn recht" staat).
	28.10. Uit kunnen leggen welke mogelijkheden je hebt om actie te ondernemen tegen een schending van het contract.
	28.11. Uit kunnen leggen waarom je het kosteneffectiviteit principe bij een rechtszaak zou moeten overwegen.

## 29. BELANGRIJKE CONTRACTVORMEN

- |  |   |
|--|---|
|  | 29.1. De basis van een <b>koopovereenkomst</b> uit kunnen leggen.   |
|  | 29.2. De basis van een huurcontract uit kunnen leggen.  |
|  | 29.3. De basis van een arbeidsovereenkomst en de fundamentele rechten en plichten van werkgevers en werknemers uit kunnen leggen. |

## 30. KREDIETOVEREENKOMST

- |  |   |
|--|---|
|  | 30.1. Uit kunnen leggen wat er met een <b>kredietovereenkomst</b> wordt bedoeld en wat de belangrijkste punten van de kredietovereenkomst zijn. |
|  | 30.2. De begrippen <b>schuldenaar</b> en <b>schuldeisers</b> uit kunnen leggen.   |
|  | 30.3. Het begrip <b>kredietwaardigheid</b> uit kunnen leggen.   |
|  | 30.4. Het begrip <b>onderpand</b> uit leggen.   |
|  | 30.5. Uit kunnen leggen wat er wordt bedoeld met <b>garantie</b> of <b>borgstelling</b> .   |
|  | 30.6. Uit kunnen leggen wat er bedoeld wordt met <b>termijnbetaling</b> .   |
|  | 30.7. Uit kunnen leggen wat er bedoeld wordt bedoeld met <b>kredietrente</b> .  |
|  | 30.8. Uit kunnen leggen wat er bedoeld wordt met het <b>jaarlijkse rentepercentage</b> .  |
|  | 30.9. Het <b>rentebedrag</b> kunnen berekenen.  |
|  | 30.10. Het <b>rentepercentage</b> kunnen berekenen.   |
|  | 30.11. Het verschil tussen de <b>nominale rente</b> en de <b>effectieve rente</b> uit kunnen leggen.  |

**SCHULDEN, AANSPRAKELIJKHEID  
EN HET BEHEER VAN DE SCHULDEN**

THEMA	LEERDOELEN
<b>31. SCHULDEN, LIQUIDITEIT, AANSPRAKELIJKHEID</b>	
	31.1. Uit kunnen leggen wat er wordt bedoeld met schulden.
	31.2. Uit kunnen leggen <b>ten opzichte van wie</b> men schulden kan hebben.
	31.3. De begrippen <b>liquiditeit (“liquide zijn”)</b> en <b>“gebrek aan liquiditeit”</b> uit kunnen leggen.
	31.4. Uit kunnen leggen wat de <b>gevolgen</b> zijn als je de schulden, zoals dat is afgesproken niet kunt betalen.
	31.5. Uit kunnen leggen wat er wordt bedoeld met <b>aansprakelijkheid</b> .
	31.6. Uit kunnen leggen wat er wordt bedoeld met <b>beslaglegging</b> .
<b>32. SCHULDENBEHEER</b>	
	32.1. Het begrip <b>schuldenbeheer</b> uit kunnen leggen.
	32.2. Uit kunnen leggen wat er wordt bedoeld met een <b>overmatige schuldenlast</b> en hoe dit te voorkomen is.
	32.3. Uit kunnen leggen wat men kan doen als men <b>op de korte termijn</b> niet liquide is.
	32.4. Uit kunnen leggen wat men kan doen als men <b>op de lange termijn</b> niet liquide is.

## ECONOMISCHE EFFECTIVITEIT BEREKENING

THEMA	LEERDOELEN
<b>33. HET BELANG VAN DE GETALLEN EN DE KENGETALLEN</b>	
	33.1. Uit kunnen leggen <b>waarom getallen en kengetallen</b> belangrijk zijn om de economische effectiviteit te kunnen bepalen.
	33.2. <b>Voorbeelden van kengetallen</b> uit privé- en bedrijfssituaties uit kunnen leggen.
<b>34. PERCENTAGE BEREKENING</b>	
	34.1. Het <b>percentage bedrag</b> kunnen berekenen.
	34.2. Het <b>percentage</b> kunnen berekenen.

## OPZET, ONDERBOUWING EN PRESENTATIE VAN BEDRIJFSPLANNEN VOOR CONCRETE BEDRIJVEN

<b>35. BEDRIJFSPLANNEN MAKEN, BEARGUMENTEREN EN PRESENTEREN</b>	
	35.1. Een actueel bedrijfsplan kunnen maken.
	35.2. Een bedrijfsplan kunnen presenteren, toelichten en verdedigen.



**Manage je bedrijf  
(voor de ZZP-er en de Startup)**

**LEERDOELENCATALOGUS**

**PERSOONLIJKE KRACHT EN SOCIALE  
VAARDIGHEDEN**

**EBC\*L 2016 / V3**



## GEBIED

### VAARDIGHEDEN EN INZICHTEN

#### Globale leerdoelen

---

- Begrijpen wat vaardigheden zijn, wat ze voor je zelf (kunnen) betekenen en deze kunnen hanteren;
- Inzicht ontwikkelen in de mogelijkheden en onmogelijkheden van je zelf en ten behoeve van je ontwikkeling keuzes maken;
- Inzicht ontwikkelen in diverse begrippen welke ten grondslag liggen aan ondernemend gedrag.

### Interpersoonlijke vaardigheden

---

## THEMA OVERZICHT

### INDIVIDUELE KRACHT

- Persoonlijke eigenschappen
- Behoeftes, doelen, motivatie
- Competentie, sterktes en zwaktes
- Beheer van de eigen middelen
  - Opdrachtenbeheer
  - Prioriteitenplanning
  - Tijdmanagement
  - Managen van je eigen gezondheid
- Crisis beheersen

# SOCIAAL COMPETENT

- Empathie
- Communicatie
- De eerste indruk
- Teamwerk
- Conflictmanagement
- Met zichzelf tevreden zijn en de eigen marketing realiseren

## DE STERKE PERSOONLIJKHEID

THEMA	LEERDOELEN
<b>1. PERSOONLIJKE VAARDIGHEDEN: laten blijken op de volgende onderwerpen inzicht en vaardigheden te hebben ontwikkeld</b>	
	1.1. Het begrip <b>zelfbewustzijn</b> .
	1.2. Het begrip <b>zelfvertrouwen</b> .
	1.3. Het begrip <b>zelfreflectie</b> .
	1.4. Het begrip <b>eigen motivatie</b> .
	1.5. Het begrip <b>tevreden met zichzelf</b> .
<b>2. PERSOONSKENMERKEN: laten blijken op de volgende onderwerpen inzicht en vaardigheden te hebben ontwikkeld</b>	
	2.1. Het begrip <b>persoonskenmerken</b> .
	2.2. De begrippen <b>introvert</b> en <b>extravert</b> .
	2.3. De begrippen <b>rationeel</b> en <b>emotioneel</b> .
	2.4. De begrippen <b>positieve</b> of <b>negatieve</b> levenshouding.

THEMA	LEERDOELEN
	2.5. Het begrip <b>self-fulfilling prophecy</b> .
	2.6. Het begrip <b>mentale kracht</b> .
	2.7. Het begrip <b>persoonskenmerken</b> .
	2.8. De begrippen <b>zelfbeeld</b> en <b>imago</b> .
	2.9. Het begrip <b>“authentiek zijn”</b> .
<b>3. NORMEN EN WAARDEN: laten blijken op de volgende onderwerpen inzicht te hebben ontwikkeld</b>	
	3.1. Het begrip <b>persoonlijke waarden</b> .
	3.2. Het begrip <b>inprenting</b> (leerproces).
	3.3. Het begrip <b>sociale waarden</b> .
	3.4. Het begrip <b>normen</b> .
	3.5. Het begrip <b>rechten van de mens</b> .



## BEHOEFTE, DOELSTELLINGEN, MOTIVATIE

<b>4. BEHOEFTE: laten blijken op de volgende onderwerpen inzicht te hebben ontwikkeld</b>	
	4.1. Het begrip <b>persoonlijke en economische behoeftes</b> .
	4.2. Het begrip de noodzaak <b>om te overleven</b> .
	4.3. Het begrip de noodzaak om <b>sociale contacten te leggen</b> .
	4.4. Het begrip de noodzaak om <b>erkenning te krijgen</b> .
	4.5. Het begrip de behoefte <b>aan iets nieuws</b> .
	4.6. Het begrip het onderkennen van de <b>eigen behoeftes</b> .
	4.7. Het begrip managen en prioritering van de <b>behoeftes</b> .
	4.8. Het begrip dat <b>behoeftes</b> kunnen veranderen.
<b>5. DOELSTELLINGEN: laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen</b>	
	5.1. De begrippen <b>visie, lange termijn doelen en korte termijn doelen</b> .
	5.2. Het begrip <b>specificering</b> van <b>doelen</b> .
	5.3. De begrippen <b>nut en noodzaak van doelstellingen</b> .
<b>6. MOTIVATIE: laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen</b>	
	6.1. Het begrip <b>motivatie</b>
	6.2. De begrippen <b>intrinsieke en extrinsieke motivatie</b> .

6.3.	Het begrip <b>demotivatie</b> .
6.4.	De redenen voor <b>motivatie</b> of <b>demotivatie</b> uit kunnen leggen.
6.5.	Het begrip <b>motivatiemanagement</b> uit kunnen leggen.

### COMPETENTIE, STERKTES EN ZWAKTES

<b>7. COMPETENTIE: laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen</b>	
	7.1. Het begrip <b>competentie</b> .
	7.2. Het begrip <b>basiscompetentie</b> .
	7.3. Het begrip <b> sociaal competent</b> .
	7.4. Het begrip <b>beroepscompetentie</b> .
	7.5. Het begrip <b>competentieprofiel</b> .
<b>8. STERKTE-ZWAKTE ANALYSE: laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>	
	8.1. Het begrip <b>zelfreflectie</b> .
	8.2. De begrippen <b>persoonlijke sterktes en zwaktes</b> .
	8.3. Het begrip <b>sterkte-zwakte-management (SWOT)</b> .

## TAKEN MANAGEMENT

<b>9. TAKEN MANAGEMENT: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>	
	9.1. De noodzaak om <b>taken te managen</b> .
	9.2. Het begrip <b>taken management</b> .
	9.3. Het <b>begrip prioriteit-analyse</b> .
	9.4. De <b>schriftelijke to do-lijst</b> .

## RESOURCE MANAGEMENT

THEMA	LEERDOELEN
<b>10. BASISVOORWAARDES: diverse uitgangspunten kunnen verklaren</b>	
	10.1. Het begrip <b>persoonlijke mogelijkheden</b> .
	10.2. Het begrip <b>kritische knelpunten</b> .
	10.3. Het begrip <b>middelen-management</b> .
	10.4. Het begrip <b>duurzaamheid</b> .
	10.5. Het begrip <b> sociaal gerechtvaardigd gebruik van middelen</b> .
<b>11. TIME-MANAGEMENT: kunnen verklaren en hanteren</b>	
	11.1. Het <b>belang</b> van <b>plannen</b> en „ <b>tijd</b> “.
	11.2. Het begrip <b>tijd-management</b> .
	11.3. Het begrip <b>tijdvreters</b> .
	11.4. Het begrip <b>grenzen stellen</b> .

THEMA	LEERDOELEN
12. <b>MANAGEN VAN JE EIGEN GEZONDHEID: Aandacht voor je gezondheid kunnen verklaren</b>	
	12.1. De begrippen <b>gezonde of ongezonde levensstijl</b> .
	12.2. Het begrip <b>managen van je eigen gezondheid</b> .

### CRISISMANAGEMENT

13. <b>CRISISMANAGEMENT: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>	
	13.1. Het begrip <b>crisis</b> .
	13.2. Het begrip <b>crisismanagement</b> .
	13.3. Het begrip vaardigheden voor het <b>beheersen</b> van een <b>crisis</b> .
	13.4. Het begrip <b>burn-out</b> .
	13.5. De stelling „ <b>ledere crisis biedt ook een kans</b> “.

### EMPATHIE

14. <b>EMPATHIE: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>	
	14.1. Het begrip <b>empathie</b> .
	14.2. Het begrip „ <b>Ik ben OK, jij bent OK</b> “.
	14.3. Het begrip <b>tolerantie</b> .

<p><b>15. VOORORDEEL-MANAGEMENT: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b></p>	
	<p>15.1. Het begrip hoe <b>vooroordelen</b> het gedrag kunnen beïnvloeden.</p>
	<p>15.2. Het begrip <b>vooordeel-management bij eigen vooroordelen</b>.</p>
	<p>15.3. Het begrip <b>vooordeel-management bij vooroordelen van anderen ten opzichte van mij</b>.</p>

## COMMUNICATIE

<p><b>16. COMMUNICATIE BEGRIPPEN: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b></p>	
	<p>16.1. Het begrip <b>communicatie</b>.</p>
	<p>16.2. Verschillende <b>mogelijkheden en vormen van communicatie</b>.</p>
	<p>16.3. De stelling „<b>Men kan niet niet communiceren</b>“.</p>
<p><b>17. MISVERSTANDEN IN DE COMMUNICATIE: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b></p>	
	<p>17.1. De bepalende <b>betekenissen</b> die misverstanden in de communicatie hebben.</p>
	<p>17.2. Oorzaken voor <b>misverstanden</b> in de communicatie.</p>
	<p>17.3. Het verschil tussen <b>waarneming en betekenis (interpretatie)</b>.</p>
	<p>17.4. De stelling: „<b>Gezegd betekent nog niet gehoord, gehoord betekent nog niet begrepen, begrepen betekent nog niet</b>“.</p>

	<b>geaccepteerd“.</b>
	17.5. De invloed van het <b>niveau van de relatie</b> op de communicatie.
	17.6. De <b>effecten</b> van <b>oneerlijke communicatie</b> uit kunnen leggen.
<b>18. COMMUNICATIE-REGELS: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>	
	18.1. De mogelijkheden om <b>misverstanden</b> in de communicatie <b>te kunnen verminderen</b> .
	18.2. Het begrip „ <b>actief luisteren</b> “.
	18.3. De verschillende <b>vraagsoorten (open, gesloten vraag, suggestieve vraag)</b> .
	18.4. Belangrijke regels bij <b>kritische feedback</b> .
	18.5. Belangrijke tips voor <b>afstand verkeer communicatie</b> (mobiele telefoon of Internet etc.).
	18.6. Belangrijke tips voor de <b>schriftelijke communicatie</b> (e-mail, SMS etc).

## DE EERSTE INDRUK

<b>19. DE EERSTE INDRUK: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>	
	19.1. De stelling „ <b>Er is geen tweede kans voor een goede eerste indruk</b> “.
	19.2. Belangrijke factoren die een <b>positieve eerste indruk</b> vereisen.
	19.3. Belangrijke factoren die een <b>negatieve eerste indruk</b> veroorzaken.

## TEAMWORK

THEMA	LEERDOELEN
20.	<b>TEAMWORK BASISBEGRIPPEN: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>
	20.1. Het begrip <b>team</b> .
	20.2. Het voordeel van een <b>team</b> ten opzichte van <b>alleen werkenden</b> .
	20.3. Het <b>nadeel van teams</b> ten opzichte van alleen werkenden.
	20.4. <b>Succesfactoren</b> voor <b>goed teamwork</b> .
	20.5. Het begrip <b>teamvaardigheid</b> .
	20.6. Het begrip <b>organisatie</b> van een team.
	20.7. De verschillende <b>rollen</b> in een team.
	20.8. Het verschil <b>tussen democratische en autoritaire beslissingen</b> .
	20.9. De voorwaardelijke competenties waarover een <b>teamleider</b> moet beschikken.
	20.10. De <b>voor- en nadelen van de positie van „teamleider“</b> .

## CONFLICTMANAGEMENT

<b>21. CONFLICTMANAGEMENT: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>	
	21.1. Het begrip <b>conflict</b> .
	21.2. Het verschil tussen <b>gelegenheid en oorzaak</b> .
	21.3. <b>Oorzaken van conflicten</b> .
	21.4. Het begrip <b>conflictmanagement</b> .
	21.5. <b>Negatieve en positieve aspecten</b> van conflicten.

## ZELFTEVREDENHEID EN ZELFMARKETING

<b>22. ZELFMARKETING: Laten blijken inzicht te hebben ontwikkeld in de volgende onderwerpen en deze kunnen uitleggen en hanteren</b>	
	22.1. Het begrip <b>zelfmarketing</b> .
	22.2. De stelling: „ <b>Ik ben OK</b> “.
	22.3. De stelling: „ <b>Ik ben OK en dat mogen anderen rustig weten</b> “.
	22.4. Welke <b>marketinginstrumenten</b> zijn er?
	22.5. Hoe kan men <b>marketinginstrumenten voor zichzelf</b> of de eigen onderneming toepassen?