



**Manage jouw eigen leven**

**Individuele kracht en  
sociale competentie**

## **Leerdoelencatalogus**

2014/V2

International Centre of EBC\*L  
Aichholzgasse 6  
A-1120 Wien  
office@ebcl.eu  
www.ebcl.eu

## FUNDAMENTELE ONDERBOUWING

### 1. Life\*Managers

Life\*Managers

- zijn actief en niet passief
- zij ondernemen iets; en dat doen ze in alle levenssituaties, onafhankelijk van leeftijd, opleiding en positie in het bedrijfsleven. Dat is het tegenovergestelde ten opzichte van niets ondernemen, ondergaan, zich laten sturen;

Life\*Managers weten wat economisch denken en handelen inhoudt.

Life\*Managers beschikken over de

- benodigde sociale competenties als ook over de
- vereiste economische know how

om zo hun privé als ook beroepsmatige projecten (ondernemingen of ondernemende activiteiten) volgens economische gezichtspunten. Te kunnen realiseren.

Het EBC\*L Life\*Management-programma heeft als doel om precies die competenties te verstrekken en daarmee een bijdrage te leveren om zowel in het privéleven als ook in het bedrijfsmatige leven de kansen op succes te verhogen.

### 2. Economisch handelen = duurzaam handelen

Life\*Managers weten dat met economisch handelen

- hun eigen (schaarse) bronnen en daarmee ook tegelijkertijd
- de algemene (schaarse) bronnen

worden ontzien.

Life\*Managers denken op de lange termijn en niet op de korte termijn.

### 3. De alomvattende aanpak met geld is niet alles: „Niet alles wat een waarde heeft, moet ook een prijs hebben“.

Life\*Managers weten dat slechts de geringste dingen van het leven met geld of getallen (kengetallen) gewaardeerd kunnen worden.

Een voorbeeld: Na een leuke avond met vrienden in een restaurant is het in de portemonnaie duidelijk zichtbaar hoeveel geld men uitgegeven heeft; evenwel het plezier, het lachen, de levensvreugde, de interessante informatie, de versterking van de vriendschap en nog veel meer is niet in getallen uit te drukken. In een alomvattende economische efficiëntie benadering moet ook met deze factoren rekening worden gehouden.

Het gaat dus **meer** om een economische efficiëntie-**benadering dan** om een economische efficiëntie-**berekening**.

#### 4. 360 graden – manier van kijken

Life\*Managers weten dat het geleerde in iedere levenssituatie ingezet kan worden:

- Manier van kijken in jouw privéleven (hobby etc.)
- Manier van kijken als consument
- Manier van kijken als de werknemers
- Manier van kijken als ondernemers of werkgevers

Daaruit ontstaat er ook begrip voor de manier van kijken door hen die net een andere positie innemen.

#### 5. De onderneming

Met onderneming wordt alles bedoeld wat er in het privéleven, als werknemer of als ondernemer „ondernomen“ kann worden en economische effecten heeft.

Om een EBC\*L Life\*Management certificaat te krijgen moet het ook aantoonbaar zijn dat er een onderneming volgens de EBC\*L LifeManagement criteria (virtueel) is gerealiseerd.

#### 6. Ambassadeurs van duurzaam, economisch denken en handelen

EBC\*L LifeManagers kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan het verbreiden van deze algemene belangrijke kennis, indien zij met zo veel mogelijk bekenden, vrienden, familieleden over de behandelde thema's praten en discussiëren.

#### 7. „Uit kunnen leggen“

In de leerdoelen wordt continu het begrip „uit kunnen leggen“ gebruikt.

Met „**uitleggen**“ wordt bedoeld dat

- ✓ De gevraagde begrippen en concepten aan de hand van aangereikte of zelf gekozen **voorbeelden** duidelijk gemaakt kunnen worden en dat
- ✓ de verworven kennis in de eigen praktijk (het leven) toegepast kan worden

Tegelijkertijd betekent het dat het niet om het zinloos van buiten leren van begrippen en definities gaat, die kort na de beëindiging van de cursus en het examen weer vergeten zijn.

De EBC\*L LifeManagement-trainers zijn verplicht om ook dienovereenkomstig de leerinhouden in de trainingen zo te behandelen.

Tegelijkertijd zijn de deelnemers aan een Life\*Management programma zich van de eigen verantwoordelijkheid bewust dat het gewenste leerresultaat alleen dan bereikt kan worden, wanneer zij zich zelf actief bij de training opstellen.

# LIFE\*MANAGEMENT

## Globale leerdoelen

---

- Het begrip LifeManager end LifeManagement uit kunnen leggen
- Het begrip onderneming uit kunnen leggen
- Het begrip Management-Proces uit kunnen leggen

## Specifieke leerdoelen

---

THEMA	LEERDOEL
1. LIFE*MANAGEMENT	
	1.1. Het begrip <b>Life*Management</b> uit kunnen leggen.
	1.2. Het begrip <b>Economische efficiëntie</b> uit kunnen leggen.
	1.3. Het begrip „ <b>Onderneming</b> “ uit kunnen leggen.
	1.4. De noodzakelijke <b>competenties</b> van een Life*Manager uit kunnen leggen (overzicht).
	1.5. De <b>fasen van het management-proces</b> uit kunnen leggen.
	1.6. Het <b>regelkring-principe</b> uit kunnen leggen.

# BEHOEFTE, DOEL, MOTIVATIE, WAARDEN

## Globale leerdoelen

- Fundamentele behoeftes en doelen uit kunnen leggen.
- Motivatie en demotivatie uit kunnen leggen
- Over de eigen waarden en waarderingen kunnen reflecteren

<b>2. BEHOEFTE en DOEL</b>	
	2.1. De fundamentele <b>behoefte</b> van de mensen „overleven“, „Sociaal contact“, „erkenning“, „ontwikkeling“ uit kunnen leggen.
	2.2. Uit kunnen leggen hoe de fundamentele <b>behoefte</b> het denken, handelen en gedrag van de mensen beïnvloeden.
	2.3. Uit kunnen leggen waarom het belangrijk is dat men zijn <b>eigen behoefte</b> kent.
	2.4. Uit kunnen leggen waarom het belangrijk is om zich in de <b>behoefte situatie van de medemensen</b> te kunnen verplaatsen.
	2.5. Uit kunnen leggen hoe behoeftes zich kunnen veranderen wanneer de leefomstandigheden van een mens veranderen.
	2.6. De begrippen <b>visie, lange termijn doelen en korte termijn doelen</b> uit kunnen leggen
	2.7. Uit kunnen leggen waarom <b>doelen</b> naar realiseerbaarheid zo <b>geformuleerd</b> moeten worden dat zij zo <b>concreet mogelijk en voorzien van een planning zijn gedefinieerd</b> .
	2.8. Uit kunnen leggen welke voorwaarden er gesteld moeten zijn opdat de doelen als <b>motiverend</b> beoordeeld worden.
<b>3. MOTIVATIE</b>	
	3.1. Het begrip <b>motivatie</b> uit kunnen leggen.
	3.2. De begrippen <b>intrinsieke en extrinsieke motivatie</b> uit kunnen leggen.
	3.3. Het begrip <b>demotivatie</b> uit kunnen leggen.
	3.4. De <b>redenen voor motivatie of demotivatie</b> uit kunnen leggen.

4. WAARDEN EN GEDRAGINGEN	
	4.1. Verschillende fundamentele <b>waarderingen</b> uit kunnen leggen.
	4.2. Voor zich zelf duidelijkheid verkrijgen <b>wat belangrijk voor jouzelf is</b> . (dit leerdoel is niet relevant voor het examen)
	4.3. Uit kunnen leggen wat er met „ <b>Ik ben Ok, jij bent OK</b> “ bedoeld wordt.
	4.4. Het begrip <b>empathie</b> uit kunnen leggen.
	4.5. Het begrip <b>tolerantie</b> uit kunnen leggen.
	4.6. Het begrip <b>flexibiliteit</b> in het denken en handelen uit kunnen leggen.
	4.7. Uit kunnen leggen wat er met <b>positieve of negatieve levensinstelling</b> bedoeld wordt.
	4.8. Uit kunnen leggen wat er met <b>self-fulfilling prophecy</b> bedoeld wordt.

# PERSOONLIJKHEID EN COMPETENTIE

## Globale leerdoelen

- Het begrip persoonlijkheid uit kunnen leggen
- Het begrip competentie uit kunnen leggen en een persoonlijke competentiebalans op kunnen stellen

THEMA	LEERDOEL
<b>5. PERSOONLIJKHEID</b>	
	5.1. Het begrip <b>persoonlijkheid</b> uit kunnen leggen.
	5.2. De begrippen <b>zelfbeeld</b> en <b>vreemd beeld</b> uit kunnen leggen.
	5.3. Het begrip <b>vaardigheid voor de zelfkritiek</b> uit kunnen leggen.
	5.4. De begrippen <b>introvert</b> und <b>extrovert</b> uit kunnen leggen.
	5.5. De begrippen <b>rationeel</b> en <b>emotioneel</b> uit kunnen leggen.
	5.6. Uit kunnen leggen wat er met „ <b>authentiek</b> zijn“ bedoeld wordt.
<b>6. KOMPETENTIE</b>	
	6.1. Het begrip <b>sleutelcompetentie</b> uit kunnen leggen en sleutelcompetenties kunnen benomen.
	6.2. Het begrip <b>vakmanschapscompetentie</b> uit kunnen leggen.
	6.3. Het begrip <b>sociale competentie</b> uit kunnen leggen.
	6.4. Het begrip <b>competentiebalans</b> of <b>competentieprofiel</b> uit kunnen leggen.
	6.5. Uit kunnen leggen hoe men <b>persoonlijke sterktes en zwakheden kan analyseren</b> .
	6.6. Uit kunnen leggen wat er met „ <b>de sterktes versterken en de zwakheden verzwakken</b> “ bedoeld wordt.



# ZELFMANAGEMENT

## Globale leerdoelen

---

- Het begrip „zelfmanagement-competentie“ uit kunnen leggen.
- Het begrip bronnenplanning uit kunnen leggen
- Het begrip prioriteitenplanning uit kunnen leggen
- De belangrijk-dringend-analyse, de ABC-analyse uit kunnen leggen
- Het begrip tijdmanagement uit kunnen leggen

<b>7. Bronnen plannen en prioriteiten stellen</b>	
	7.1. Het begrip <b>zelfmanagement</b> uit kunnen leggen.
	7.2. Het begrip <b>persoonlijke bronnen</b> uit kunnen leggen.
	7.3. Het begrip <b>bronnenplanning</b> uit kunnen leggen.
	7.4. Het begrip „ <b>economische omgang met de eigen bronnen</b> “ uit kunnen leggen.
	7.5. Het begrip <b>knelpunt</b> uit kunnen leggen.
	7.6. De begrippen <b>prioriteit</b> en <b>prioriteitenplanning</b> uit kunnen leggen.
	7.7. De <b>belangrijk-dringend-analyse</b> uit kunnen leggen.
	7.8. Die <b>ABC-analyse</b> uit kunnen leggen.
<b>8. Tijdmanagement</b>	
	8.1. Het begrip <b>tijdmanagement</b> uit kunnen leggen.
	8.2. Het begrip <b>mijlpaal</b> uit kunnen leggen.
	8.3. Het begrip <b>tijdvreter</b> uit kunnen leggen.
	8.4. Een <b>tijdplanningsschema</b> op kunnen stellen.
	8.5. Het begrip <b>bioritme</b> uit kunnen leggen en een bioritmekurve op kunnen stellen. Conclusies voor de persoonlijke planning kunnen trekken.

# CRISIS-, CONFLICTEN-, GEZONDHEIDS-, LERENMANAGEMENT

## Globale leerdoelen

- Het begrip crisismanagement uit kunnen leggen
- Het begrip conflictmanagement uit kunnen leggen
- Het begrip gezondheidsmanagement uit kunnen leggen
- Het begrip lerenmanagement uit kunnen leggen

<b>9. CRISISMANAGEMENT</b>	
	9.1. Het begrip <b>crisismanagement</b> uit kunnen leggen.
	9.2. Mogelijke <b>crisisoorzaken</b> uit kunnen leggen.
	9.3. Mogelijke methodes voor de <b>crisisbeheersing</b> uit kunnen leggen
	9.4. De stelling „ <b>iedere crisis is ook een kans</b> “ uit kunnen leggen.
<b>10. CONFLICTMANAGEMENT</b>	
	10.1. Het begrip <b>conflictmanagement</b> uit kunnen leggen.
	10.2. <b>Oorzaken van conflicten</b> uit kunnen leggen.
	10.3. Manieren voor de oplossing van <b>conflicten</b> uit kunnen leggen.
	10.4. Manieren voor de <b>vermijding van conflicten</b> uit kunnen leggen.
	10.5. <b>Negatieve en positieve aspecten van conflicten</b> uit kunnen leggen.
<b>11. GEZONDHEIDSMANAGEMENT</b>	
	11.1. Het begrip <b>gezondheidsmanagement</b> uit kunnen leggen.
	11.2. Uit kunnen leggen <b>waarom</b> gezondheid de waardevolste persoonlijke bron is (het waardevolste goed).

	11.3. Belangrijke aspecten van een <b>gezonde leefwijze</b> uit kunnen leggen.
	11.4. Belangrijke aspecten van een <b>gezonde voeding</b> uit kunnen leggen.
	11.5. Belangrijke aspecten van <b>beweging en sport</b> uit kunnen leggen.
	11.6. Uit kunnen leggen wat er met een optimale <b>bloeddruk</b> , een hoge bloeddruk en een lage bloeddruk bedoeld wordt en welke gevolgen een ongunstige bloeddrukwaarde kan hebben.
	11.7. De begrippen <b>positieve stress en negatieve stress</b> uit kunnen leggen.
<b>12. LERENMANAGEMENT</b>	
	12.1. Uit kunnen leggen, waarom <b>leren</b> – en dat een leven lang - <b>nodig is om te overleven</b> .
	12.2. Het begrip <b>lerenmanagement</b> uit kunnen leggen.
	12.3. Uit kunnen leggen, welke <b>leertypes</b> er zijn en waarom het belangrijk is om te weten welk leertype men is.
	12.4. <b>Leren bevorderende en leren belemmerende factoren</b> uit kunnen leggen.
	12.5. Uit kunnen leggen waarom <b>positieve stress</b> het leren bevordert, en <b>negatieve stress</b> het leren belemmert.
	12.6. <b>Leertechnieken</b> uit kunnen leggen.
	12.7. De domste spreuk in relatie tot leren kunnen ontkrachten: „Wat Hansje niet leert, leert Hans nooit meer.“ (niet relevant voor het examen)

# COMMUNICATIE

## Globale leerdoelen

- De belangrijkste fundamenten van werkingsvolle communicatie uit kunnen leggen.
- De beslissende rollen van zelfmarketing en verkoop voor het persoonlijke succes uit kunnen leggen.

13. COMMUNICATIE	
	13.1. Het begrip <b>communicatie</b> uit kunnen leggen.
	13.2. De begrippen <b>zender en ontvanger</b> uit kunnen leggen.
	13.3. Het begrip <b>communicatiemanagement</b> uit kunnen leggen.
	13.4. Verschillende <b>mogelijkheden en vormen van de communicatie</b> uit kunnen leggen.
	13.5. De stelling „ <b>Men kan niet niet communiceren</b> “ uit kunnen leggen.
	13.6. Het verband tussen <b>relatieniveau en zakelijk niveau</b> uit kunnen leggen en daaruit slotconclusies voor de communicatie kunnen trekken.
	13.7. Het verschil tussen <b>waarneming en betekenis (= Interpretatie)</b> uit kunnen leggen:
	13.8. <b>Oorzaken voor misverstanden in de communicatie</b> uit kunnen leggen.
	13.9. De stelling: „ <b>Gezegd is niet gehoord, gehoord is niet begrepen, begrepen is niet geaccepteerd</b> “ uit kunnen leggen.
	13.10. <b>Mogelijkheden om misverstanden in de communicatie te kunnen verminderen</b> uit kunnen leggen.
	13.11. De verschillende <b>vraagsoorten (open en gesloten vragen, suggestieve vragen)</b> uit kunnen leggen.
	13.12. Belangrijke regels bij het geven en nemen van <b>kritische feed back</b> uit kunnen leggen.
	13.13. Belangrijke <b>To Do's en Not to Do's bij de communicatie op afstand</b> (telefoon etc.) uit kunnen leggen.
	13.14. Belangrijke <b>To Do's en Not to Do's bij de schriftelijke communicatie</b> uit kunnen leggen

## ZELFMARKETING EN VERKOOP

### Globale leerdoelen

- De beslissende rollen van de zelfmarketing en verkoop voor het persoonlijke succes uit kunnen leggen
- De betekenis van een goede eerste indruk uit kunnen leggen.

<b>14. ZELFMARKETING</b>	
	14.1. Uit kunnen leggen wat er met <b>zelfmarketing</b> bedoeld wordt.
	14.2. Uit kunnen leggen welke <b>marketinginstrumenten</b> er zijn.
	14.3. Uit kunnen leggen hoe men de <b>marketinginstrumenten voor zichzelf</b> of voor de eigen ondernemingen kan gebruiken.
<b>15. DE EERSTE INDRUK</b>	
	15.1. De stelling „Je krijgt geen tweede kans voor een eerste indruk“ uit kunnen leggen.
	15.2. Belangrijke factoren die voor een <b>positieve eerste indruk</b> kunnen zorgen, uit kunnen leggen.
	15.3. Belangrijke factoren die voor een <b>negatieve eerste indruk</b> kunnen zorgen, uit kunnen leggen.
	15.4. Uit kunnen leggen hoe <b>vooroordelen</b> het gedrag kunnen beïnvloeden.
	15.5. Uit kunnen leggen hoe men met de <b>vooroordelen over zichzelf</b> kan omgaan.
<b>16. VERKOOP</b>	
	16.1. Uit kunnen leggen waarom <b>verkopen een heel alledaags proces</b> is, dat niet allen tot het beroep van de verkoper beperkt is.
	16.2. Belangrijke aspecten bij de <b>voorbereiding en het voeren van een verkoopgesprek</b> uit kunnen leggen.
	16.3. Het verschil tussen <b>serieuze en niet-serieuze verkoop</b> uit kunnen leggen.

# TEAMS

## Globale leerdoelen

---

- De belangrijkste fundamenten met betrekking tot het thema team en teamvaardigheid uit kunnen leggen.
- De belangrijkste fundamenten voor de organisatie van een team uit kunnen leggen.

THEMA	LEERDOEL
<b>17. TEAMS – SUCCESFACTOREN</b>	
	17.1. Het begrip <b>team</b> uit kunnen leggen.
	17.2. Het <b>voordeel</b> van wat een <b>team</b> ten opzichte van zelfstandig werkenden kan hebben, uit kunnen leggen.
	17.3. Het <b>nadeel</b> van wat een <b>team</b> ten opzichte van zelfstandig werkenden kan hebben, uit kunnen leggen.
	17.4. Het begrip <b>teamvaardigheid</b> uit kunnen leggen.
	17.5. <b>Succesfactoren voor goed teamwork</b> uit kunnen leggen.
<b>18. TEAMS – ORGANISATIE</b>	
	18.1. Het begrip <b>organisatie</b> van een team uit kunnen leggen.
	18.2. De verschillende <b>rollen</b> in een team uit kunnen leggen.
	18.3. Het begrip <b>hiërarchie</b> uit kunnen leggen.
	18.4. Uit kunnen leggen over welke fundamentele competenties een <b>teamleider</b> moet beschikken.
	18.5. De <b>voor- en nadelen van de positie van de teamleader</b> uit kunnen leggen.
	18.6. Het begrip <b>teammanagement</b> uit kunnen leggen.