



Manage jouw eigen leven

economisch plannen

Leerdoelencatalogus

2014/V1

International Centre of EBC*L
Aichholzgasse 6
A-1120 Wien
Fon: +43-1-813 997 745
office@ebcl.eu
www.ebcl.eu

THEMA's

- Ondernemende activiteiten economisch efficiënt plannen
- Economische keuzes maken
- Markt en marketing
- Financiële planning van ondernemende activiteiten en ondernemingen
- Economische plannen opstellen
- Ondernemend denken en professionaliteit

THEMA GEBIEDEN

ONDERNEMENDE ACTIVITEITEN ECONOMISCH PLANNEN

Globale leerdoelen

- Het begrip onderneming uit kunnen leggen
- Kansen voor een onderneming uit kunnen leggen
- Risico's voor een onderneming uit kunnen leggen
- De basisvragen en voorwaarden voor een economische planning uit kunnen leggen.
- Doelen en opbouw van een economische onderbouwd plan uit kunnen leggen.

Specifieke leerdoelen

THEMA	LEERDOEL
1. ONDERNEMING	
	1.1. Het begrip onderneming uit kunnen leggen.
	1.2. Uit kunnen leggen wat het verschil is tussen een idee en een onderneming .
2. KANSEN EN RISICO's	
	2.1. De financiële kansen van een onderneming volledig onderbouwd uit kunnen leggen.
	2.2. De niet-financiële kansen van een onderneming uit kunnen leggen.
	2.3. De financiële risico's van een onderneming uit kunnen leggen.
	2.4. De begrippen insolventie en faillissement en de consequenties hiervan uit kunnen leggen.
	2.5. De niet-financiële risico's van een onderneming uit kunnen leggen.
3. PLANNING VAN ONDERNEMINGEN	

THEMA	LEERDOEL
	3.1. De betekenis van een volledig onderbouwde economische planning voor ondernemingen uit kunnen leggen.
	3.2. Uit kunnen leggen waarom men ook voor kleine ondernemingen een economisch plan moet hebben.
	3.1. Uit kunnen leggen waarom de planning steeds schriftelijk moet worden onderbouwd.
	3.1. De vragen die een economisch onderbouwd plan (bedrijfseconomisch plan) moet beantwoorden, uit kunnen leggen.
	3.2. Het belangrijkste probleem van de planning uit kunnen leggen.
	3.3. Uit kunnen leggen waarom de plannen ook altijd speelruimte voor flexibiliteit moet bieden.

THEMA BEREIK

ECONOMISCHE BESLISSINGEN NEMEN

Globale leerdoelen

- Uit kunnen leggen welke rollen de economische efficiëntie aspecten bij de besluitvorming kunnen hebben.
- Besluitvormingsinstrumenten uit kunnen leggen en toe kunnen passen
- Koopbeslissingen uit kunnen leggen

Specifieke leerdoelen

THEMA	LEERDOEL
4. BESLISSINGEN OP BASIS VAN ECONOMISCHE EFFICIËNTIE-ASPECTEN	
	4.1. Het belangrijkste probleem bij iedere beslissing uit kunnen leggen.
	4.2. De uitspraak: iedere beslissing voor iets, is tegelijkertijd een beslissing tegen iets , uit kunnen leggen.
	4.3. Uit kunnen leggen waarom men niet lineair , maar in samenhang moet denken .
	4.4. Het begrip rationele beslissing uit kunnen leggen.
	4.5. Het begrip gevoelsmatige beslissing (intuïtief) uit kunnen leggen.
	4.6. Het begrip irrationele beslissing uit kunnen leggen.
	4.7. Het begrip tunnelvisie uit kunnen leggen.
5. BESLUITVORMINGSPROCES en –INSTRUMENTEN	
	5.1. Het besluitvormingsproces uit kunnen leggen.
	5.2. De methodes uit kunnen leggen waarmee men de beste doelgerichtheid voor de fundamentele beslissingen kan verhogen.
	5.3. De schriftelijke plus-minus-lijst voor de besluitvorming kunnen uitleggen.
	5.4. De scenario-analyse (beste casus – slechtste casus – realistische casus) uit kunnen leggen

THEMA	LEERDOEL
	5.5. De ABC-analyse uit kunnen leggen.

MARKT en MARKETING

Globale leerdoelen

- De markt en haar wetten
- Marketing georiënteerd denken uitleggen en ontwikkelen
- De marketinginstrumenten uit kunnen leggen en toe kunnen passen.

Specifieke leerdoelen

THEMA	LEERDOEL
6. MARKT en MARKETING	
	6.1. Het begrip markt uit kunnen leggen.
	6.2. De begrippen aanbieder (verkoper) en vrager (koper) uit kunnen leggen.
	6.3. De relatie tussen vraag, aanbod en prijs uit kunnen leggen.
	6.4. Het begrip marketing uit kunnen leggen.
7. DOELGROEP / KLANTEN	
	7.1. De betekenis van de volgende zin uit kunnen leggen. „ Het aas moet de vis smaken en niet de visser. “
	7.2. Het begrip doelgroep uit kunnen leggen.
	7.3. Het begrip klanten uit kunnen leggen.
	7.4. Mogelijke klantwensen en koopmotieven uit kunnen leggen.
8. RECLAME	
	8.1. Het begrip reclame uit kunnen leggen.
	8.2. Het begrip concurrentie uit kunnen leggen.
	8.3. Het begrip monopolie uit kunnen leggen.
	8.4. Het begrip sterke concurrentie uit kunnen leggen.
	8.5. De begrippen goede marktpositie en slechte marktpositie uit kunnen leggen.
	8.6. De stelling „ Het betere is de vijand van het goede “ uit kunnen leggen.

THEMA	LEERDOEL
9. De juiste PRODUKTEN	
	9.1. Het begrip productpolitiek uit kunnen leggen.
	9.2. Het begrip unique selling point (USP) uit kunnen leggen.
	9.3. Het begrip assortiment uit kunnen leggen.
	9.4. Het begrip innovatie uit kunnen leggen.
10. De juiste PRIJS	
	10.1. Uit kunnen leggen waarom de „juiste“ prijs een beslissende rol speelt.
	10.2. Uit kunnen leggen welke factoren er bij de vaststelling van de prijs in acht moeten worden genomen.
	10.3. Meerdere prijspolitieke strategieën uit kunnen leggen.
	10.4. Uit kunnen leggen waarom het zo moeilijk is om de juiste prijs vast te stellen.
11. De juiste RECLAME UITINGEN	
	11.1. Meerdere mogelijkheden van reclame uitingen uit kunnen leggen.
	11.2. De begrippen merk, logo, slogan uit kunnen leggen.
	11.3. Strategieën bij het ontwerp van succesvolle reclame uitingen uit kunnen leggen.
	11.4. Kritieke punten bij de reclame uitingen uit kunnen leggen.

FINANCIËLE PLANNING VAN ONDERNEMINGEN

Globale leerdoelen

- Een inkomsten en uitgavenplanning voor een onderneming uit kunnen leggen en op kunnen stellen
- De begrippen omzet en kosten, winst en verlies uit kunnen leggen

Specifieke leerdoelen

12. INKOMSTEN en UITGAVEN-PLANNING	
	12.1. Uit kunnen leggen op welke fundamentele vragen een inkomsten/uitgavenplanning de antwoorden geeft.
	12.2. Het begrip budget uit kunnen leggen.
	12.3. De fundamentele samenstelling van een inkomsten/uitgavenplanning uit kunnen leggen.
	12.4. De begrippen inkomsten of omzet uit kunnen leggen.
	12.5. Het verschil tussen vaste inkomsten en variabele inkomsten uit kunnen leggen.
	12.6. Het begrip uitgaven of kosten uit kunnen leggen
	12.7. Het verschil tussen vaste uitgaven (kosten) en variabele uitgaven (kosten) uit kunnen leggen.
	12.8. Het begrip winst uit kunnen leggen en kunnen berekenen.
	12.9. Het begrip verlies uit kunnen leggen en kunnen berekenen.
	12.10. Het verschil tussen omzet en winst uit kunnen leggen.
	12.11. Een inkomsten en uitgaven planning (een budget) voor een onderneming op kunnen stellen.

THEMA BEREIK

**ECONOMISCHE PLANNEN VOOR ONDERNEMINGEN OPSTELLEN,
BEARGUMENTEREN EN PRESENTEREN****Globale leerdoelen**

- Economisch onderbouwde plannen kunnen opstellen, beargumenteren en presenteren

13. Economische plannen opstellen, beargumenteren en presenteren	
	13.1. Economische plannen voor ondernemingen kunnen opstellen.
	13.2. De economische plannen kunnen presenteren, uitleggen en verdedigen.

THEMA BEREIK

ONDERNEMEND DENKEN EN PROFESSIONALITEIT

Globale leerdoelen

- Het begrip ondernemend denken kunnen uitleggen
- Uit kunnen leggen hoe iedere medewerker aan het succes van de onderneming kan bijdragen
- Het begrip professionaliteit uit kunnen leggen

14. MIJN PERSOONLIJKE BIJDRAGE AAN HET SUCCES VAN DE ONDERNEMING

	14.1. Mogelijkheden om de ondernemingen in alle levenssituaties aan te passen en de daarbij de verkregen kennis te gebruiken, uit kunnen leggen.
	14.2. Uit kunnen leggen welke bijdrage een ieder kan leveren om de mogelijke financiële doelen van een onderneming te kunnen bereiken.
	14.3. Uit kunnen leggen welke bijdrage een ieder kan leveren om de mogelijke niet-financiële doelen van een onderneming te kunnen bereiken.
	14.4. Het begrip professionaliteit (professionele instelling) uit kunnen leggen.