

## **SECUNDAIR ONDERWIJS**

Onderwijsvorm: **BSO**

Graad: **derde graad**

Jaar: **derde leerjaar**

Studiegebied: **Handel**

### **FUNDAMENTEEL GEDEELTE**

Optie(s) **VERKOOP EN VERTEGENWOORDIGING**  
**WINKELBEHEER EN ETALAGE**

Vak(ken): 

<b>TV Public relations</b>	<b>2 lt/w</b>
----------------------------	---------------

Vakkencode: **WW-p**

Leerplannummer: **2003/028**  
**(vervangt 2002/171)**

Nummer inspectie **2003/24//1/M/SG/1/III7/ /D/**  
**(vervangt 2002/184//1/M/SG/1/III7/ /V/03)**

## **INHOUD**

Visie .....	2
Beginsituatie .....	2
Algemene doelstellingen .....	2
Leerplandoelstellingen / leerinhouden.....	3
Pedagogisch-didactische wenken en timing .....	6
Minimale materiële vereisten.....	7
Evaluatie.....	8
Bibliografie.....	10

## VISIE

Het leervak Public relations (PR) beoogt in de opties *Verkoop en vertegenwoordiging* en *Winkelbeheer & Etalage* de intermenselijke relaties te bevorderen. PR impliceert niet alleen aspecten van onthaal en communicatie, maar behelst ook het vaardig omgaan met technieken die intermenselijke relaties in een professionele werksfeer bevorderen.

Belangstelling voor menselijke waarden en cultuurgebonden elementen van anderen dienen centraal te staan. In deze studierichting is een openheid ten aanzien van anderen en de ontwikkeling van een technische bagage van groot belang. Hierin kan het leervak PR een fundamentele bijdrage leveren door het bijbrengen van inzichten in menselijke contacten. Dit impliceert de ontwikkeling van communicatieve vaardigheden.

De ontwikkeling van contactvaardigheden en een doelmatige assertiviteit moet kaderen in de algemene oriëntatie van beide opties. Een afstemming van de leerplannen van het fundamenteel gedeelte rond algemene doelstellingen, bepaalde onderdelen of gevalstudies is aangewezen. Dit is niet de taak van de individuele leraar, maar kan op afdoende wijze gerealiseerd worden door een degelijke vakgroepwerking op de school via een opleidingsplan.

## BEGINSITUATIE

### Leerlingengroep

Vermits in beide opties de leerlingen uit uiteenlopende studierichtingen kunnen instromen, wordt geen intrinsieke technische voorkennis van PR verondersteld.

### Beginsituatie

De leerlingen moeten bereid zijn om contactvaardigheden aan te leren en een ontvankelijkheid te vertonen ten aanzien van andere meningen. Ze zijn bereid om een vlotte omgang met mensen te ontwikkelen en te verfijnen en hun gedrag aan te passen naargelang van de situatie. Ze beschikken daarom reeds over een initiële verbale taalvaardigheid en tonen belangstelling om die verder uit te bouwen.

De leerlingen tonen belangstelling voor de verkooptechnische en promotionele kant van de onderneming. Zij komen echter niet noodzakelijk uit de opleiding '*Verkoop*' (derde graad BSO). Zij zijn evenwel bereid om actief deel te nemen aan praktijkgerichte activiteiten intra- en extra-muros. Zij kunnen omgaan met aanbevelingen en kritiek die erop gericht is hun professioneel functioneren te verhogen in bedrijfsverband.

## ALGEMENE DOELSTELLINGEN

- De leerlingen tonen een verhoogde belangstelling voor het leggen van sociale contacten en zijn flexibel qua mentaliteit en gedrag.
- De leerlingen worden gemotiveerd om de intermenselijke relaties binnen het bedrijf te bevorderen en te verfijnen in concrete situaties.
- De leerlingen kunnen aangeleerde aspecten in verband met PR-activiteiten in hun eigen omgeving en in het dagelijkse leven toepassen.
- De leerlingen beschikken over een aantal essentiële vaardigheden die bijdragen tot een actieve luisterbereidheid in een verkoopsomgeving of in verband met winkelbeheer.
- De leerlingen kunnen een kritisch standpunt innemen ten aanzien van hun bezorgde productinformatie.

**LEERPLANDOELSTELLINGEN / LEERINHOUDEN**

2 lestijden/week

Decr. nr.	<b>LEERPLANDOELSTELLINGEN</b> De leerlingen <i>(cursief geformuleerde doelstellingen zijn uitbreidingsdoelstellingen)</i>	<b>LEERINHOUDEN</b> <i>(cursief geformuleerde leerinhouden zijn uitbreidingsleerstof)</i>
1	kunnen zich ongedwongen voorstellen kunnen met elkaar een vlot gesprek voeren waarin ze rekening houden met de mening van de anderen, zinvol eigen standpunten verhelderen en tot betekenisvolle besluiten komen kunnen op een correcte manier met elkaar overleg plegen en tot een akkoord komen <i>kunnen argumenten aanreiken die de standpunten van anderen ontkrachten of bijtreden</i>	<b>1. Interne relaties tussen leerlingen</b> Uit onderstaande 6 thema's moeten er minimaal 4 gekozen worden, waarbij de leraar gebruik maakt van concrete situaties of praktijkvoorbeelden. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een gesprek aanknopen of beëindigen</li> <li>• Kennismaken met elkaar</li> <li>• Openstaan voor de opinies van anderen</li> <li>• Overleg plegen</li> <li>• Afspraken maken</li> <li>• Assertiviteit ontwikkelen</li> </ul>
2	kunnen gepast reageren op conflictueuze of gevoelsgeladen situaties kunnen een betekenisvolle bijdrage leveren in een aantal gespreksvormen waarin betwistbare onderwerpen aan bod komen <i>kunnen onderlinge relaties uitbeelden</i> kunnen het emotionele van het zakelijke scheiden	<b>2. Gespreksvormen bij interne relaties</b> Uit onderstaande 5 thema's moeten er minimaal 3 gekozen worden: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een gesprek aanknopen of beëindigen</li> <li>• Een conflict aanpakken</li> <li>• Emoties uiten</li> <li>• Negatieve opmerkingen geven en aanvaarden zonder de relaties te schaden</li> <li>• Met stress leren omgaan</li> </ul>
3	<b>Uit onderstaande doelstellingen worden die geselecteerd welke aansluiten bij de gekozen thema's en de opleiding:</b>	<b>3. Externe PR: toepassing van PR in de verkoopsituatie</b> Uit onderstaande 10 thema's worden er minimaal 5 gekozen welke aansluiten bij de opleiding en praktisch georiënteerd zijn:

Decr. nr.	<b>LEERPLANDOELSTELLINGEN</b> De leerlingen <i>(cursief geformuleerde doelstellingen zijn uitbreidingsdoelstellingen)</i>	<b>LEERINHouden</b> <i>(cursief geformuleerde leerinhouden zijn uitbreidingsleerstof)</i>
	<p>kunnen het belang van imago, identiteit en huisstijl aantonen aan de hand van concrete voorbeelden die verband houden met de verkoop of het winkelbeheer (W&amp;E; V&amp;V)</p> <p>kunnen zichzelf verkopen door een beheersing van de houding, een correct taalgebruik en een stijlvol voorkomen (V&amp;V)</p> <p>kunnen vlot een gesprek op gang brengen met de klant over een actueel thema dat de publieke opinie beroert (V&amp;V)</p> <p>kunnen het belang van de eerste indruk met klanten met praktische voorbeelden demonstreren (W&amp;E; V&amp;V)</p> <p>kunnen een curriculum vitae stijlvol verwerken in een sollicitatiebrief en kunnen zich vlot voorstellen tijdens een sollicitatiegesprek (W&amp;E, V&amp;V)</p> <p><i>kunnen een sollicitatiegesprek voeren met een aspirant- medewerker (W&amp;E)</i></p> <p>kunnen omgaan met crisissen i.v.m. de bedrijfsvoering aan de hand van concrete voorbeelden (W&amp;E)</p> <p>kunnen gepast met overheidsinstanties en leveranciers omgaan (W&amp;E; V&amp;V)</p> <p>kunnen geruchten, negatieve vooroordelen en eventuele misvattingen over producten uit het eigen gamma ontkrachten met afdoende argumentatie (W&amp;E; V&amp;V)</p> <p>kunnen zichzelf positioneren in de structuur en strategie van de winkelketen (W&amp;E)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imago, identiteit en huisstijl (W&amp;E, V&amp;V)</li> <li>• Aandacht voor de eigen houding, het eigen voorkomen en het eigen taalgebruik (V&amp;V)</li> <li>• Gesprekstechnieken met klanten: aanknopen bij 'het onderwerp van de dag' (V&amp;V)</li> <li>• Tijdsbegrip: effect van de eerste indruk (b.v. het belang van de eerste vier minuten) (W&amp;E; V&amp;V)</li> <li>• De sollicitatiebrief en het sollicitatiegesprek (W&amp;E; V&amp;V)</li> <li>• Crisissen in verband met de bedrijfsvoering (W&amp;E)</li> <li>• Omgaan met overheidsinstanties (W&amp;E; V&amp;V)</li> <li>• Omgaan met leveranciers (W&amp;E)</li> <li>• Geruchten, negatieve vooroordelen en misvattingen (W&amp;E; V&amp;V)</li> <li>• Eigen profilering versus de winkelketenstructuur en –strategie (W&amp;E)</li> </ul>
4	<p><b>Van onderstaande doelstellingen moeten er minimaal 3 aansluiten bij de specificiteit van de opleiding. Ze moeten ook aansluiten bij de andere vakken van de opleiding en praktisch georiënteerd zijn.</b></p> <p>kunnen omgaan met klachten van klanten en er gepast op reageren (W&amp;E; V&amp;V)</p>	<p><b>4. Specifieke professionele PR-vaardigheden</b></p> <p>Uit onderstaande 16 subthema's worden er minimaal 6 gekozen die aansluiten bij de specificiteit van de opleiding:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klachtenbehandeling (W&amp;E; V&amp;V)</li> </ul>

<b>Decr. nr.</b> <b>De leerlingen</b> <i>(cursief geformuleerde doelstellingen zijn uitbreidingsdoelstellingen)</i>	<b>LEERPLANDOELSTELLINGEN</b>	<b>LEERINHouden</b> <i>(cursief geformuleerde leerinhouden zijn uitbreidingsleerstof)</i>
	<p>(W&amp;E; V&amp;V)</p> <p>kunnen ofwel ten aanzien van winkelbeheer en etalage ofwel ten aanzien van verkoop en vertegenwoordiging een passende mondelinge of schriftelijke communicatie op gang brengen (V&amp;V; W&amp;E)</p> <p>kunnen een sponsordossier samenstellen en het tegenover een potentiële sponsor verantwoorden (W&amp;E)</p> <p>kunnen gepast reageren op winkeldiefstal (W&amp;E)</p> <p>kunnen de rol van een vertegenwoordiger in realistische omstandigheden verduidelijken (V&amp;V)</p> <p>kennen de basisprincipes voor het ontwerpen van een webstek en de noodzaak van het onderhouden ervan (W&amp;E)</p> <p>kunnen met moeilijke klanten en leveranciers omgaan (W&amp;E; V&amp;V)</p> <p>kunnen de verschillende aspecten i.v.m. deelname aan een (handels)beurs met praktische voorbeelden bespreken (W&amp;E)</p> <p>kunnen de regionale pers te woord staan (W&amp;E)</p> <p>kunnen een adequate promotiecampagne voeren en een opendeurdag organiseren (W&amp;E; V&amp;V)</p> <p>kunnen de sterke en zwakke punten van de e-commerce van andere bedrijven aangeven (W&amp;E; V&amp;V)</p> <p>kunnen de kwaliteiten van een product demonstreren (V&amp;V)</p> <p>kunnen initiatieven uitwerken die verband houden met het onthaal van, de communicatie met en de opvang van personen die klanten vergezellen (W&amp;E)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communicatie omtrent de opbouw van een nieuwe etalage (W&amp;E)</li> <li>• Sponsorbeleid (W&amp;E)</li> <li>• Omgaan met winkeldiefstal (W&amp;E)</li> <li>• De vertegenwoordigende rol verduidelijken (V&amp;V)</li> <li>• Opmaak van een webstek (W&amp;E)</li> <li>• Omgaan met moeilijke klantentypes (V&amp;V)</li> <li>• Omgaan met moeilijke leveranciers (W&amp;E)</li> <li>• Deelname aan een (handels)beurs (W&amp;E)</li> <li>• Relaties met de regionale pers (W&amp;E)</li> <li>• Een promotiecampagne (W&amp;E; V&amp;V)</li> <li>• Een opendeurdag (W&amp;E; V&amp;V)</li> <li>• E-commerce van concurrenten (W&amp;E; V&amp;V)</li> <li>• Geruchten en eventuele misvattingen over producten (V&amp;V)</li> <li>• Organisatie en uitvoering van een demonstratie van producten (V&amp;V)</li> <li>• Onthaal van, communicatie met en eventueel opvang van personen die klanten vergezellen (W&amp;E)</li> </ul>

## PEDAGOGISCH-DIDACTISCHE WENKEN EN TIMING

### ALGEMENE PEDAGOGISCH-DIDACTISCHE WENKEN

Hoewel mag worden aangenomen dat deze leerlingen reeds enige vlotheid en beheersing hebben verworven in **communicatieve vaardigheden**, is het wenselijk inleidend te peilen naar de antecedenten en randvoorwaarden ervan. Hierin ligt een buitenkans om van bij de aanvang van dit leerjaar een vertrouwelijke basis te creëren voor een constructieve houding doorheen de PR-opleiding. Uitdieping van de leerinhouden gebeurt op basis van de vooropleiding. Cursief weergegeven doelstellingen wijzen op een lagere prioriteit.

De leerinhoudelijke afstemming dient hoofdzakelijk gericht te zijn naar de **praktische werkomgeving**. Dat houdt in dat conceptuele, theoretische beschouwingen niet aan de orde zijn in dit specialisatiejaar. De keuze van gevalstudies staat niet alleen in het teken van de toekomstige praktijk, maar is ook in overeenstemming met de andere leervakken van het fundamenteel gedeelte van de opleiding.

Qua **didactische werkvormen** worden doceermomenten minimaal gehandhaafd tot noodzakelijke begripstichting en nieuw aan te brengen relaties. Belangrijker zijn gespreksvormen (b.v. onderwijsleergesprekken, klasgesprekken, groepsdiscussies) en vooral interactievormen (b.v. brainstorming, gevalsmethode). Het is de bedoeling dat participatief leren kansen krijgt in de lespraktijk, zodat leerlingen geoefend worden in assertiviteit. Specifieke werkvormen zoals een reclamespel, rondetafeldiscussie, de viskommethode enz. dragen bij tot een aanscherping van een aantal sociale vaardigheden en een focussing gebeurt naar de doelgroepen waarmee de leerlingen in de praktijk in contact zullen komen (b.v. vertegenwoordigers, leveranciers, klanten, inkopers, promotieagenten enz.).

### SPECIFIEKE PEDAGOGISCH-DIDACTISCHE WENKEN

Nr.	Pedagogisch-didactische wenken	Timing
1	<ul style="list-style-type: none"><li>- Via vakgroepwerking maakt de leerkracht afspraken binnen de opleiding omtrent het specifiek karakter van dit leerstofonderdeel. Eventueel worden bijzondere aandachtspunten of randvoorwaarden geformuleerd.</li><li>- Er wordt rekening gehouden met eventuele opdrachten i.v.m. deze thematiek in voorafgaande leerjaren in deze opleiding. Zo kan b.v. zichzelf voorstellen al dan niet eerder in de opleiding als thema aan de orde zijn geweest.</li><li>- Er wordt bij voorkeur geopteerd voor activerende werkvormen, zoals de interactievormen kringgesprek, de viskommethode, een rondvraag enz.</li></ul>	2 à 4 weken
2	<ul style="list-style-type: none"><li>- Communicatieve vaardigheden staan centraal bij de beheersing van moeilijke gesprekken; een goed arbeidsklimaat moet klassikaal reeds voorbereid zijn.</li><li>- De gesprekken kunnen worden opgenomen met een (video)cassetterecorder en klassikaal besproken.</li><li>- Aan de basis van de oefeningen kan voorbereidend groepswork voorafgaan.</li></ul>	3 à 5 weken
3	<ul style="list-style-type: none"><li>- Een afstemming van de keuze van gevalstudies wordt in overeenstemming gebracht met een opleidingsplan dat door het lerarenteam van de optie wordt opgesteld, b.v. via vakgroepwerking (b.v. Economie, Talen). Dit kan ook de volgorde van de gevallen bepalen. Vooral de relatie met (sub)vakken zoals Verkoop, Etalage &amp; Reclame en Marketing en de hierin gehanteerde vaktechnieken is van belang. Er wordt over gewaakt dat enerzijds geen thema's gelijkaardig in twee leervakken aan bod komen, maar ook anderzijds dat een specifieke, vakgebonden en dus verrijkende invalshoek op een zelfde thema mogelijk is. Ook met andere leervakken dient de behandeling van thema's besproken te worden (b.v. binnen het jaarplan, de praktijkgerichtheid, de afstemming op de stage, extra-murosactiviteiten, geïntegreerde proef).</li></ul>	4 à 6 weken

Nr.	Pedagogisch-didactische wenken	Timing
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bij de keuze van de thema's wordt uitgegaan van doorsnee situaties. Specifieke gevallen horen in rubriek 4 thuis.</li> <li>- Er wordt rekening gehouden met de specificiteit van bepaalde situaties met het oog op de onmiddellijke tewerkstelling en stage binnen de regio.</li> <li>- Via simulatiespelen en rollenspel kan een groepsgewijze benadering van een probleem, situatie, ... worden uitgewerkt.</li> <li>- Bepaalde professioneel gerichte verkoopssituaties grijpen bij voorkeur plaats in een lokaal dat de werkelijkheid zoveel mogelijk benadert. Hiertoe kan de opstelling van het meubilair aangepast worden.</li> </ul>	
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ook in dit hoofdstuk wordt de keuze van thema's in overeenstemming gebracht met een opleidingsplan dat door het lerarenteam van de optie wordt opgesteld, b.v. via vakgroepwerking (b.v. Economie, Talen). Dit kan ook de volgorde van de gevallen bepalen. Vooral de relatie met (sub)vakken zoals Verkoop, Etalage &amp; Reclame en Marketing en de hierin gehanteerde vaktechnieken is van belang. Er wordt over gewaakt dat enerzijds geen thema's gelijkaardig in twee leervakken aan bod komen, maar ook anderzijds dat een specifieke, vakgebonden en dus verrijkende invalshoek op een zelfde thema mogelijk is. Ook met andere leervakken dient de behandeling van thema's besproken te worden (b.v. binnen het jaarplan, de praktijkgerichtheid, de afstemming op de stage, extra-murosactiviteiten, geïntegreerde proef).</li> <li>- Op basis van de algemene situaties i.v.m. verkoop of winkelbeheer kan voorvoeld worden voor welke, eerder gevoelig liggende situaties er nog bijkomende inoefening nodig is.</li> <li>- Binnen dit hoofdstuk komen eerder occasionele situaties aan bod; ze dienen echter realiteitsgericht gekozen te zijn.</li> <li>- De inbreng van ICT is noodzakelijk bij de opmaak van programma's en campagnes of het beoordelen van nevenaanbod.</li> <li>- Ook negatief georiënteerde uitgangssituaties (b.v. klachten over een product in de pers, boycot van een product, slechte arbeidsomstandigheden bij een leverancier, stakingsaanzegging, ...) kunnen aan bod komen bij de behandeling van relaties met externen (b.v. pers, leveranciers, consumentenbond).</li> </ul>	8 à 10 weken

## MINIMALE MATERIËLE VEREISTEN

De lessen PR dienen te worden gegeven in een klaslokaal dat hiertoe de nodige flexibiliteit waarborgt. Het dient dan ook ruim genoeg te zijn om ombouwen naar verschillende verkoopsituaties mogelijk te maken (b.v. onthaal- en ontvangstruimte, vergaderruimte, bureau personeelschef). Het vaklokaal Verkoop of Winkelbeheer kan hiervoor in aanmerking komen, maar dient dan ook over passend meubilair te beschikken (b.v. balie of toonbank, winkelrekken, bureausituatie, passende wanddecoratie).

Het vaklokaal dient minimaal over de volgende uitrusting te beschikken:

- een projectiescherm en spiegel
- een overheadprojector
- een videotostel (eventueel in een rollende kast)
- ruime, afsluitbare kasten voor videobanden, handboeken, naslagwerken, catalogi enz.

De in de school aanwezige telefooncentrale zou ter beschikking moeten gesteld worden voor praktijkoefeningen. De goed uitgeruste mediatheek is altijd toegankelijk en bevat o.m. een videocamera en een multimediacomputer met internetaansluiting.

De uitrusting en inrichting van het PR-lokaal dienen te voldoen aan de technische voorschriften inzake de vigerende wetgeving: Codex, ARAB, AREI en Vlare.



Bij het gebruik van toestellen, materiaal en materieel dient men reeds bij aankoop te letten op de specifieke normen. Duidelijke, Nederlandstalige handleidingen evenals een technisch dossier dienen aanwezig te zijn. Alle gebruikers dienen de werkinstructies en onderhoudsvorschriften te kennen en correct te kunnen toepassen. De collectieve veiligheidsvoorzieningen mogen nooit gemanipuleerd worden. Daar waar de wetgeving het vereist, moeten de persoonlijke beschermingsmiddelen aanwezig zijn en gedragen worden.

## EVALUATIE

Wat de onderlinge afstemming van de evaluatie van de leervakken betreft, wordt uitgegaan van het algemeen evaluatiebeleid van de school. Mogelijk zijn onderstaande adviezen hieraan ondergeschikt. De leraar PR draagt er in ieder geval zorg voor dat een goede communicatie met leerlingen en hun ouders in verband met de vakevaluatie bestaat, gebaseerd op een zo helder mogelijke transparantie.

Bij het begin van het schooljaar dient de leraar te **peilen naar de beginsituatie**, namelijk naar de mate waarin de leerlingen notie hebben van de leerinhouden. Hierbij worden zowel de parate kennis en de kennis van het begrippenkader als de vaardigheden en de attitudes onderzocht.

Inzicht in de vorderingen van de leerling wordt verkregen door middel van de **permanente evaluatie**. Die gebeurt door een gedifferentieerde toetsing van kennis, vaardigheden en attitudes die aansluit bij de doelstellingen van het leerplan, de pedagogisch-didactische wenken en de eigenheid van het vak PR. Deze toetsing kan gebaseerd zijn op verschillende vormen van beoordeling:

- de klasactiviteit: taakgerichtheid, medewerking tijdens de les, participatie in groepswork, kritische instelling, zorg, stiptheid en accuraatheid, mondelinge taalvaardigheid, ...;
- de resultaten van zelfstandig te realiseren taken: hierbij wordt niet alleen de juistheid, maar ook de zorg, de punctualiteit en de creativiteit beoordeeld;
- de resultaten van elementaire toetsen of mondelinge overhoringen over de in de vorige les behandelde leerstof;
- de resultaten van herhalingsbeurten over grotere leerstofonderdelen.

Om een zo correct mogelijk beeld te krijgen van de vorderingen van de leerlingen, moet de lesgever rekening houden met de hiernavolgende richtlijnen en aanbevelingen.

### *Algemene principes*

- Al van bij de aanvang van het schooljaar moeten leerlingen en ouders in kennis worden gesteld van de toegepaste evaluatiewijze; die verloopt in overeenstemming met het schoolreglement en desgewenst met vooraf bepaalde deliberatiecriteria voor de desbetreffende klas of studierichting.
- De leraar maakt duidelijk binnen iedere gevalstudie wat precies beoogd wordt (de zgn. **lesdoelen**), zodat de leerlingen goed op de hoogte zijn van wat geëvalueerd wordt. Inoefening door middel van huistaken en klasopdrachten kunnen de leerlingen hierin helpen. Bij de lesvoorbereiding kan reeds worden bepaald op welke wijze men beoogt de leerplan-, lescyclus- of lesdoelstellingen te halen; hiermee is dan al duidelijk of bepaalde vragen bijvoorbeeld moeten peilen naar reproductie, naar vaardigheid, naar implementatie, naar creativiteit of naar kritisch inzicht.
- Belangrijke evaluatiemomenten worden in het jaar- of graadplan opgenomen. Vooral de stage is bijzonder geschikt om de verwerving van PR-technieken te toetsen.
- De leerkracht geeft er zich rekenschap van welke hulpmiddelen (b.v. toestellen, handboeken, videoband, ...) in de les of tijdens praktijkoefeningen werden gebruikt. Als de leerlingen bij de inoefening niet over diezelfde soorten hulpmiddelen beschikten, dient hij daar in de vraagstelling rekening mee te houden, zelfs als die hulpmiddelen bij de toets weer beschikbaar zijn.
- Bij de bespreking van de toetsen deelt de leraar de juiste oplossingen mee. Op de verbeterde werken wordt beknopt een foutenanalyse geformuleerd. Voor eventuele remediëring kan een beroep worden gedaan op een takenbank of op correctiemodellen.
- Per evaluatieperiode dient de leerkracht voor elke leerling over meer dan één beoordelingscijfer te beschikken. Naast de cognitieve reproductievragen moeten ook vragen naar de persoonlijke

mening en inzichtelijke toepassingen aan bod komen, zodat attitudevorming en algemene persoonlijke evolutie kunnen worden beoordeeld. Intra- en extra-murosactiviteiten op het raakvlak van PR en andere voor de optie specifieke vakken bieden uitstekende evaluatiemogelijkheden.

- Naast productevaluatie schenkt de leerkracht dus vooral aandacht aan de procesevaluatie. Als de cijfers in het evaluatieschrift in rubrieken worden ondergebracht (b.v. cognitief, vaardigheden, attitudes), komen eventuele vorderingen op specifieke leerdomeinen over een langere periode goed tot uiting.
- *Commentaar en remediëring* moeten goed op elkaar aansluiten.
- Voor de uiteindelijke evaluatie weegt de leraar de cijfers van de verschillende toetsingen (m.a.w. hij houdt rekening met de kwalitatieve waarde van de cijfers: b.v. een herhalingstoets wordt op een hoger cijfer gequoteerd dan een elementaire toets).

#### *Richtlijnen voor het afnemen van de toetsen*

- Vóór de aanvang van de toets wordt een rustige sfeer gecreëerd; de beschikbare toetstijd wordt aangegeven en richtlijnen omtrent het efficiënt benutten ervan en de wijze van beantwoording worden meegedeeld.
- De toetsvragen dienen aan een aantal voorwaarden te voldoen: validiteit (de toets meet wat men beoogt te meten), objectiviteit (de toets wordt beoordeeld op basis van normen, criteria en/of correctiesleutels), betrouwbaarheid (de metingprocedure bevat geen fouten) en transparantie (de vraagstelling is helder).

Een aantal *redactieregels* bevorderen deze voorwaarden:

- een duidelijke vraagstelling met precieze afbakening van aantallen, opgave van de juiste hulpmiddelen die moeten worden gebruikt en onafhankelijkheid van deelvragen of opeenvolgende vragen ten opzichte van elkaar (een fout antwoord op deelvraag 1 mag niet automatisch leiden tot een foute oplossing van deelvraag 2);
- een taalkundig correcte formulering: eenvoudig, concreet en zonder overbodigheden of dubbelzinnigheden, (dubbele) negaties worden vermeden;
- een verzorgde lay-out: BIN-normen, geen vraag over twee pagina's gespreid, overzichtelijke nummering, goed leesbare teksten en duidelijke figuren (let b.v. op zwartwitfotokopieën van kleurenfoto's).

#### *Wijze van vraagstelling: open en gesloten vragen*

Bij open vragen zijn verschillende correcte antwoorden mogelijk, maar de creativiteit van de leerlingen moet goed beoordeeld worden door vooraf vastgelegde correctie- en scoringsvoorschriften en niet door middel van een steriel correctiemodel.

Bij gesloten vragen zijn wel vooraf modelantwoorden te formuleren. Deze laten geen ruimte voor eigen formuleringen en de informatie ligt besloten in de vraagstelling. Er zijn evenwel meerdere varianten (b.v. ja-nee-vraag, correctievraag, koppel- of sorteervraag, rangschikkingvraag, meerkeuzevraag, invuloefening enz.). Gesloten vragen peilen doorgaans beter dan open vragen naar de specifieke competenties van deze leerlingen.

De **examens** peilen naar de algemene doelstellingen van het leerplan, geconcretiseerd in de basisdoelstellingen per hoofdstuk. De leraar kan daaraan uitbreidingsdoelstellingen toevoegen. De examenvragen zijn verschillend van klas tot klas als het examen niet op hetzelfde tijdstip plaatsheeft. Ze peilen naar kennis, vaardigheden en attitudes die in de loop van het schooljaar verworven zouden moeten zijn. De leerkracht streeft naar een evenwichtige verdeling van de leerstofonderdelen en van de aard van de vragen. Hij let erop de toetsing van de parate kennis (reproductievragen) duidelijk af te bakenen en te onderscheiden van vragen waarbij de leerlingen hulpmiddelen mogen gebruiken.

De vraagtechnieken van de examens zijn dezelfde als die welke in de loop van het jaar voor de (herhalings)toetsen werden gehanteerd. Wat de richtlijnen voor het opstellen en het afnemen betreft, gelden dezelfde regels als voor de toetsen (zie supra). Bij de gesloten vragen is een correctiemodel (lijst met modelantwoorden) beschikbaar; bij open vragen wordt aangegeven op welke elementen of deelantwoorden gerekend wordt bij de correctie. De puntenverdeling is op de vragenlijst aangegeven en is ook bij voorkeur aan de leerlingen bekend. Zoals in de loop van het jaar bij de permanente evaluatie wordt ingeoefend, peilen examens ook naar verschillende vaardigheden en attitudes bij de leerlingen.

Ten slotte is er nog de **vak- of leerdomeinoverschrijdende evaluatie**, die ook in verband kan staan met thema- en/of projectonderwijs. In voorkomend geval wordt dit soort evaluatie in het schoolwerkplan vermeld.

## BIBLIOGRAFIE

### BOEKEN

- Birkenbihl, V., Communicatietraining, Interpersoonlijke relaties succesvol vormgeven, Baarn, NTTO, 1995
- Blake, R.R., Mouton, J.S., Allen, R.L., Teamwork, het ontwikkelen van vaardigheden om succesvol in teams te werken, Utrecht, Marka, 1987
- Boomsma, S., Interne marketing, hoe marketing effectief werkt in de eigen organisatie, Kluwer, 1991
- Coops, R., Van Empelen, P., Van Heugten, M., Middel R., Communicatie werkt, Houten, Stenfert Kroese, 1990
- De Genth, K., Ik maak er werk van, tips voor sollicitanten, Groot-Bijgaarden, Scoop, 1994
- Fauconnier, G., Algemene communicatietheorie; een overzicht van de wetenschappelijke theorieën over communicatie, 1986
- Holzhauser, F. & Koopmans, A., Handboek effectieve marketingcommunicatie, Kluwer, 1993
- Holzhauser, F., Omgaan met mensen (+ docentenhandleiding), Houten, Stenfert Kroese, 1988
- Hoogeveen, P. & Winkels, J., 1996, Het didactische werkvormenboek, variatie en differentiatie in de praktijk, Van Gorcum, Assen, 337 p.
- Kaper, N., Etiquetteboek, Hoogeveen, Slingenberg Boekproducties, 1999
- Kluwer, De Communicatievraagbaak, Diegem, Kluwer Editorial
- Kluwer, Mediazakboekje, Diegem, Kluwer Editorial, jaarlijkse uitgave
- Kuhlmeijer, H. & Bakker B., Commerciële beleidsvorming, inleiding tot de marketing, Houten, Stenfert Kroese, 1990
- Lips, I., PR in de praktijk, Van Dishoeck Informatie
- Mastenbroek, W., Leren leven met groepen, Brussel, Samson, 1982
- Mertens, V., Spreken voor publiek, Leuven, Garant, 1995
- Rebel, G., Lichaamstaal, de sleutel tot meer succes in uw leven, Aartselaar, Zuid-Nederlandse Uitgeverij N.V.
- Schermer, K. & Wijn, M., Vergaderen en onderhandelen, Bohn Stafleu Van Loghum, 1990
- Schutter, J., Met elkaar; omgangskunde voor het middelbaar beroepsonderwijs, Zuphen, Thieme, 1993
- Spoler, R.H.M., Van den Hombergh, Traject, sociaal-agogische vaardigheden, Nijgh en Van Ditmar Educatief, 1994
- Tijssen, R., 1994, Effectief communiceren, Lansa Publishing BV, Leidschendam, 155 p.
- Van Craen, W., Omgaan met anderen, een communicatiekunst, Leuven, Acco, 1990
- Van den Bergh, M., Effectieve tweegesprekken. Handleiding bij het voorbereiden en voeren van gesprekken in organisaties, Schoonhoven, Academic Service, 1995
- Van der Meiden, A. & Fauconnier, G., Reclame, een andere kijk op een merkwaardig maatschappelijk fenomeen, Muiderberg, Coutinho, 1993
- Van der Meiden, A., Public relations, een kennismaking, Muiderberg, Coutinho, 1993
- Van Ommen, H., e.a., De PR-methode. Een inleiding in de bedrijfscommunicatie, Groningen, Wolters-Noordhoff, 1995
- Van Poecke, L., Non-verbale communicatie, Leuven/Apeldoorn, Garant, 1996

Verhage, B., e.a., Grondslagen van de Marketing, Houten, Stenfert Kroes, 1994

Verrept, S. & Janssen T., Tweeluik Schriftelijke Communicatie; deel II. Strategisch rapporteren, Bohn Stafleu Van Loghum, 1990

Wiertzema, K., e.a., Doelmatig communiceren. Spreken in het openbaar, Bussum, Coutinho, 1995.

Willemsen, F., Doelgericht communiceren. Schrijven, gesprekken voeren, vergaderen, presenteren, telefoneren, Utrecht, Het Spectrum, 1995.

### **TIJDSCHRIFTEN**

Communicatie - Tijdschrift voor massamedia en cultuur, Departement Communicatiewetenschap K.U. Leuven.

Pub Magazine, Diegem

BIZZ – Roularta Media Group NV, Research Park Zellik, De Haak, 1731 Zellik

### **BEELDMATERIAAL**

Encarta Encyclopedia, Microsoft

Print House, Corel

Dr. Communication, DR. Series

### **NUTTIG ADRES**

vzw Belgian Public Relations Centre asbl

Gentsesteenweg 443 bus 4

1080 Brussel

tel. 02-414 04 32

fax 02-414 96 05

<http://www.bprca.be/>