Docentenhandleiding

**** 

***Toetsing van vakdidactische vaardigheden binnen het vakgebied economie in de bovenbouw van het vmbo***

# Voorwoord

De docentenhandleiding dat u nu voor u heeft hoort bij de wikiwijs serie ‘Marktonderzoek’. Om op de lessenserie te komen hoeft u alleen maar te klikken op de bijgesloten [link](https://maken.wikiwijs.nl/123738/Lessenserie_Marktonderzoek). Ik heb de lessenserie en de docentenhandleiding gemaakt als afsluiting van mijn Meesterstuk Vakdidactiek.

Herman F., docent aan het Windesheim college te Zwolle, zal beoordelen of de lessenserie, de docentenhandleiding goed genoeg zijn en of het programma aansluit bij het onderdeel ondernemerschap binnen de nieuwe profielen van het VMBO.

Als de module met een voldoende of hoger is afgesloten dan zal ik dat via de site van wikiwijs aangeven.

Ik ben zelf bijzonder tevreden over de lessenserie en ik hoop dat mede-collega’s mijn lessenserie kunnen gebruiken in hun les. Mocht u nog tips en/of verbeteringen hebben na het lezen en gebruik van mijn lessenserie dan verneem ik dat graag. U kunt mij een e-mail sturen via [rakesh.joghi@windesheim.nl](mailto:rakesh.joghi@windesheim.nl)

Ik wens u en uw leerlingen veel plezier met de lessenserie ‘Marktonderzoek’.

Inhoudsopgave

[Voorwoord 2](#_Toc522474335)

[1. Inleiding 4](#_Toc522474336)

[2. Visie op het vak economie 6](#_Toc522474337)

[3. Plaats van het vak in het onderwijs 8](#_Toc522474338)

[4. Lessenserie 9](#_Toc522474340)

[5. Didactische verantwoording 11](#_Toc522474341)

[6. Differentiatie 14](#_Toc522474354)

[7. Voorgestelde Lesopzet (zie ook bijlage) 15](#_Toc522474355)

[8. Beoordeling Marktonderzoek 17](#_Toc522474356)

[9. Beoordeling Presentatie 19](#_Toc522474357)

[10. Reflectie 20](#_Toc522474358)

[11. Literatuurlijst 22](#_Toc522474359)

[Bijlage 1 Structuur lessenserie 24](#_Toc522474360)

[Bijlage 2 Toetsmatrijs 26](#_Toc522474361)

# 1. Inleiding

Ik heb de lessenserie ‘Marktonderzoek’ om drie redenen gemaakt. In het vorige blok hebben leerlingen van het VMBO gewerkt aan het project ondernemingsplan. Tijdens dat project kwam naar voren dat een groot gedeelte van de leerlingen moeite had om een goed onderzoek op te zetten en uit te voeren. Ik constateerde ook dat de verschillende onderdelen in het ondernemingsplan onvoldoende op elkaar waren afgestemd, waardoor het een onsamenhangend verhaal werd. Leerlingen moeten in mijn beleving hierbij begeleid worden volgens het principe van Fred Jansen met ‘hele taak eerst’.

Ten tweede wil ik met deze lessenserie aantonen dat ik zelfstandig een uitdagende lessenserie kan ontwikkelen dat aansluit binnen het Programma van Toetsing en Afsluiting in de bovenbouw van het VMBO en dat de leerlingen voorbereidt op het MBO.

In 2009 concludeerde het nationaal expertisecentrum leerplanontwikkeling (SLO) al dat het VMBO en het MBO niet voldoende op elkaar waren afgestemd (SLO, 2009). De laatste jaren is er ingezet op vernieuwing van het VMBO en de aansluiting op het MBO. Dat is nodig vanwege de huidige marktontwikkelingen en de toekomstige ontwikkelingen, waar we de leerlingen nu al op moeten voorbereiden.

#### Terugblik vorig blok

#### Hierboven heb ik aangegeven dat de leerlingen in het vorige blok een ondernemingsplan hebben gemaakt. Deze lessenserie was niet goed afgestemd op het niveau en de vraagbehoefte van de leerlingen. De leerlingen beschikken nog niet over de juiste kennis, attitude en vaardigheden om een goed ondernemingsplan te maken. In deze situatie is er niet tegemoetgekomen aan het adaptief onderwijs van Luc Stevens (Geerts & Rene, 2014, pp. 52-53) en het principe van hele taak eerst Fred Jansen (Jansen, Hulshof, & Veen, 2016).

#### De leerlingen moeten goed begeleid worden op de specifieke deeltaken en de wijze waarop dat past binnen een ondernemingsplan. Hierdoor krijgen ze een goed beeld van een ondernemingsplan. De leerlingen moeten ook de ruimte krijgen om te oefenen wat je ze wilt leren (Janssen, 2012). De docent moet hierbij een krachtig leeromgeving creëren. Vervolgens stemt de docent de deeltaken af op het niveau van de leerlingen.

#### Het project ‘Marktonderzoek’ is een onderdeel van het ondernemingsplan en het vak VMBO Business. Met het project leren leerlingen hoe ze de cijfers en de ontwikkelingen in de markt moeten analyseren en interpreteren. De resultaten die hieruit voortkomen kunnen ze dan verwerken in een ondernemingsplan.

#### Uitdagen lessenserie marktonderzoek

#### Hierboven heb ik aangegeven dat ik een uitdagende lessenserie wil ontwikkelen. Deze lessenserie vormt mijn meesterstuk die ik ter afsluiting van mijn kopopleiding Economie zal verdedigen. Met mijn lessenserie wil ik aantonen dat ik een geïntegreerde lessenserie kan ontwikkelen, waarin de vakdidactisch en pedagogische onderdelen terugkomen. Of de lessenserie voldoende aansluit bij de PTA laat ik ter beoordeling over aan mijn docent Herman F., omdat de PTA door de scholenbesturen van een school worden vastgesteld (Stichting Platforms VMBO, sd).

#### Met de lessenserie leren de leerlingen de basisbeginselen van marktonderzoek. De theorie en de praktijkgerichte onderwerpen worden behandeld tijdens de lessen van het VMBO Business. VMBO Business maakt deel uit van het vakgebied economie. De VMBO leerlingen maken met de methode Pincode op een praktische manier kennis met de economie. Ik vind alleen dat het boek onvoldoende aandacht besteed aan onderwerpen die te maken hebben met ondernemerschap en hun profielkeuze voor Economie en Ondernemen.

#### Ons onderwijssysteem zal afgestemd moeten worden op de behoefte, de vervolgopleiding en de specialisatie van de leerlingen. Om mijn lessenserie op het niveau van de leerlingen af te stemmen, komen niet alle onderwerpen aanbod. Dit is een bewuste keuze, omdat de materie nog te moeilijk is. Het doel is om leerlingen uit te dagen en niet om ze af te schrikken.

#### MBO’ers zijn vakspecialisten

#### Vanwege de economische groei kiezen steeds meer mensen ervoor om te starten als ondernemer (De Telegraaf, 2018). Het (V)MBO doet er verstandig aan leerlingen vroegtijdig voor te bereiden op actuele ontwikkelingen zodat leerlingen zelfstandig kunnen functioneren in een dynamische markt. Uit gegevens van het CBS blijkt dat in 2015-2016 meer dan de helft van de leerlingen van het VMBO naar het MBO (Rijksoverheid, sd) doorstroomt. Het MBO en de leerlingen van het MBO spelen een belangrijk rol binnen onze economie. Hier worden specialisten opgeleid die als (vak)specialisten aan de slag gaan binnen het Midden- en Kleinbedrijf. Het is daarom van belang dat we hier meer aandacht aan besteden en de leerlingen zo goed mogelijk op weg helpen om deze vaardigheden te ontwikkelen. Om de overgang van het VMBO beter te laten aansluiten is de overheid van plan om onder andere de volgende aanpassingen door te voeren in het onderwijs:

1. Leerlingen sneller te laten doorstromen van het VMBO naar het MBO door leerlingen geen eindexamen te laten doen (Mebius, 2018);
2. Uiterlijk in 2021 het aantal leerwegen in het VMBO terugbrengen van vier naar drie (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 2018);
3. Het beroepsonderwijs versterken door regionale afspraken te maken (Regionaal Onderwijsbeleid, sd).

Wat punt 1 en 3 betekenen voor mijn rol als docent heb ik beschreven in ‘visie op mijn rol binnen het vak’.

# 2. Visie op het vak economie

Economie valt onder het leergebied Mens & Maatschappij. ‘M&M biedt kennis en vaardigheden als handvatten om de continu veranderende wereld (dichtbij en veraf) - en de ontwikkelingen, verschijnselen en vraagstukken die daaruit voortvloeien - niet alleen te begrijpen, maar erover ook een mening te vormen, die te waarderen en te beoordelen’ (Nationaal Expertisecentrum Leerplanontwikkeling, sd).

#### Economie = Relaties en Samenwerking

Voor mij is het van belang dat leerlingen bewust worden gemaakt dat het bij economie niet draait om geld, maar om relaties en samenwerking in de maatschappij. Geld is een middel om handel te drijven en een manier om een product in waarde uit te drukken.

Economie is namelijk verbonden met andere vakgebieden, waarbij maatschappelijk vraagstukken aan bod komen. Ik zie het als mijn taak om leerlingen stap voor stap hiervan bewust te maken, omdat niet alles in geld valt uit te drukken. Door maatschappelijke gebeurtenissen te koppelen aan een situatie die passen bij de belevingswereld van de leerling. In eerste instantie begint dat met simpele voorbeelden waaronder schaarste. Zoals de overheid die voor het komende jaar keuzes moet maken hoe de begroting voor het komende jaar eruit gaat zien, omdat iedere euro maar één keer uitgegeven kan worden.

Het is verstandig om een praktijksituatie te schetsen die leerlingen herkennen en ook begrijpen. Hierbij sluit je aan bij de belevingswereld van de leerling. In mijn les heb ik als voorbeeld aangegeven dat een leerling x euro ontvangt aan zakgeld, maar zijn zakgeld is niet voldoende om te voldoen aan zijn (ongelimiteerde) behoefte. De leerling zal dus keuzes moeten maken.

Bij complexe problemen kan het gaan om maatschappelijk vraagstukken dat verbonden is met andere vakgebieden zoals rendement en de verwaarlozing van het milieu of mensen. De leerling kan hiervan bewust worden gemaakt door een keuze te bieden voor kleding waar geen kinderarbeid bij komt kijken.

#### Commisie Teullings I & II

De commissie Teulings I & II heeft in 2002 en 2005 het onderwijsprogramma van het HAVO en VWO herzien. Hierbij heeft de commissie gekeken of het onderwijsprogramma economie nog aansloot bij de eisen van deze tijd (de commissie Teulings II, 2005). Hoewel het onderzoek zich concentreerde op het profiel Economie en Maatschappij van het HAVO en VWO, kunnen we een aantal conclusies ook gebruiken voor het VMBO. Het vak economie moet voor het HAVO en VWO:

1. ‘’Algemeen vormend zijn;
2. In de lijn liggen van het vak in het vervolgonderwijs, met name als bijdrage aan de ontwikkeling van vaardigheden;
3. De basis zijn voor het opbouwen van een doorgaande leerlijn vanuit de basisvorming;
4. Enthousiasme en interesse voor het vak wekken’’.

Binnen het VMBO schiet (in mijn beleving) het onderwijs nog tekort op onderdeel 2 en 4. In mijn ‘inleiding’ had ik al aangegeven dat het vak economie onvoldoende aansluit bij de behoefte en specialisatie van de leerlingen. Het enthousiasme en interesse voor het vak ontstaat bij leerlingen door aan te sluiten bij het vakgerichte beroepsveld.

##### Visie op mijn rol binnen het vak

##### We leven in een dynamische markt die continue verandert. Marzano geeft in zijn boek ‘Klaar voor de 21e eeuw’ aan dat leerlingen meer nodig hebben dan alleen kennis (Marzano & Heflebower, 2016). De leerling moeten cognitieve en conatieve vaardigheden (hoe gaan we om met anderen) leren om zelfstandig te functioneren in de maatschappij. We moeten meer focussen op de vaardigheden van de leerlingen, omdat nieuwe beroepen ontstaan en andere verdwijnen. Daarnaast wordt er steeds meer verwacht van leerlingen en is het van belang dat docenten leerlingen begeleiden en coachen om zelfstandig en als groep te functioneren. Alleen zo kunnen we de nieuwe probleemoplosser, denkers en aanpakkers opleiden die de maatschappelijk problemen (van morgen) kunnen oplossen.

In mijn lessenserie zoek ik voor het VMBO specifiek de verbondenheid met de praktijk. In mijn beleving is het onderwijs stil blijven staan en worden er nieuwe toepassingen gedaan uit voorgeschreven verplichtingen. Hierbij kun je denken aan het gebruik van ICT-hulpmiddelen. Dat is jammer want hierdoor gaat er naast de mogelijkheid om onderwijs leuk en boeiend te maken veel verloren.

Ten tweede ben ik van mening dat het VMBO nog onvoldoende aansluit bij de praktijk, de wereld van de ondernemer. Er wordt veel gestuurd op reproduceren en ik wil mijn lessen verleggen naar uitdagen, waarbij de leerling kan aantonen dat hij de ondernemersmentaliteit beheerst.

De voorgenomen plannen van minister Bussemaker om leerlingen sneller te laten doorstromen naar het MBO juich ik toe. Het is lastig te voorspellen hoe het bedrijfsleven deze initiatieven zal ontvangen, maar wil dit plan slagen dat zal ik als docent mijn best doen om het bedrijfsleven bij deze nieuwe initiatieven te betrekken.

Op basis van de resultaten van hun onderzoek geven de leerlingen aan wat ze anders zouden doen ten opzichte van de bestaande aanbieders. Dit kan worden ondersteund met literatuur.

Tijdens het project zijn er twee contactmomenten waar gewerkt wordt aan de opdracht, waarbij ik als coach functioneer. Ik geef aanwijzingen en stuur waar nodig bij. Ik vertrouw op de zelfredzaamheid van de leerlingen en/of groep. Als blijkt dat het niveau niet aansluit bij het lesmateriaal kan ik altijd nog aanvullend materiaal en tips geven om de leerlingen te ondersteunen.

# 3. Plaats van het vak in het onderwijs

Het vak wordt geplaatst in het 3e jaar met een pakkende titel ‘De ondernemer als marktonderzoeker’. Het onderwerp past binnen de opleiding. Het doel van het vak is om de leerling vanuit professioneel oogpunt voor te bereiden op het ondernemerschap, maar de leerling kan in de module ook profiteren van andere vakken zoals zijn loopbaanoriëntatie en gesprek (LOB).

# 

### Het vernieuwde VMBO

Op het VMBO krijgt de leerling de kans om zich te oriënteren op zijn beroepsmogelijkheden en bij het MBO wordt hij opgeleid voor een beroep. Het VMBO is vernieuwd om de leerlingen beter voor te bereiden op de praktijk om een soepelere overgang naar het MBO te realiseren.

Om ervoor te zorgen dat leerlingen zich kunnen redden in deze dynamische en flexibele arbeidsmarkt krijgen ze hierbij ondersteuning. Om de leerling hierbij te ondersteunen vinden er in het VMBO loopbaanoriëntatie en begeleiding (LOB) gesprekken plaats. Aan het einde van het tweede jaar maakt de leerling van het VMBO een profielkeuze. Het doel van een profielkeuze is om de aansluiting beter te laten verlopen tussen het VMBO en het MBO.

Tijdens een loopbaangesprek wordt er gekeken wat de leerling aanspreekt en welke competenties daarvoor nodig zijn. Een LOB gesprek helpt de leerling om de juiste vaardigheden te ontwikkelen om zelfstandig te functioneren in de digitale maatschappij.

Volgens het Nationaal Regieorgaan Onderwijsonderzoek (NRO) is ‘het overgrote deel van de leerlingen in het VMBO niet in staat om zelfstandig de computer te gebruiken als instrument voor informatieverzameling. Noch weten ze de informatie op waarde te schatten om deze te verwerken in producten en zo kennis op te doen’ (Nationaal Regieorgaan Onderwijsonderzoek, 2017).

Dat betekent dat een leerling niet alleen bewust moet zijn van zijn eigen kwaliteiten, maar ook moet kunnen onderzoeken wat er speelt op de markt en waar behoefte aan is. Kritische vragen moet stellen en verder moet kunnen kijken dan wat de school te bieden heeft. Dit doet hij door goed onderzoek te doen.

Scholen hebben de plicht om de leerling bij dit onderzoek te helpen en bevorderen met de zelfredzaamheid zodat de leerling zelfstandig kan functioneren.

Voor het profiel economie en ondernemen worden de leerlingen voorbereid op een commerciële functie op de arbeidsmarkt. In de kern profiel van het vernieuwdevmbo.nl is opgenomen dat een leerling in staat moet zijn om onderdelen van een marktonderzoek uit te voeren (nieuwe vmbo). Vanuit zijn professionele rol moet een leerling aantonen dat hij de kennis en vaardigheden bezit om een onderzoek op te zetten, informatie kan verzamelen, analyseren en rapporteren. Het onderwijs speelt hier nog niet goed op in, omdat de opdrachten niet zijn afgestemd op het niveau van de leerling.

In het VMBO worden leerlingen met een economie en ondernemen profiel in het 3e en 4e jaar met verschillende projecten voorbereidt als ondernemer. Met de projecten ontwikkelt de leerling verschillende competenties en vaardigheden, maar schieten op meerdere punten tekort.

# 4. Lessenserie

Competenties en vaardigheden

Naast de competenties en vaardigheden doen we meer een beroep op de eigen verantwoordelijkheid van de leerling. Soms zal hij buiten de lestijden aan de (groeps)opdrachten moeten werken.  
Afwisseling en in groepsverband leren en werken zijn belangrijke kenmerken van projectonderwijs. Beslissingen nemen, initiatief tonen, afspraken nakomen, samenwerken en elkaar feedback geven, stimuleren, motiveren zijn enkele van de belangrijke gedragskenmerken die passen bij de ondernemer. De leerlingen komen met deze lessenserie meer over zichzelf te weten en hun groepsgenoten.

#### Opdrachten en beoordeling

#### Bij dit project zijn onze doelen dat de leerling:

* -  Kennis maakt met de manier waarop wij, op school met elkaar gaan

werken.

* -  Kennis maakt met het beroepsveld van de Marktonderzoeker

#### - Dit project heeft 2 beoordelingen/cijfers : een verslag en een presentatie en een formatieve toets dat is opgenomen in de lessenserie wikiwijs.nl

#### Voorkennis

#### Met het project marktonderzoek maken de leerlingen van het VMBO kennis met de basisbeginselen van marktonderzoek.

Van u als docent verwachten wij dat u alle kennis en vaardigheden beschikt die u nodig heeft voor de voorbereiding en behandeling van dit project. Na afloop zijn de leerlingen in staat om een goed onderzoek op te zetten en uit te voeren.

Voor verwerking en analyse van de onderzoeksgegevens veronderstellen we dat de leerlingen basiskennis hebben van Microsoft Excel. Ze zijn in staat om grafieken, cirkel- en staafdiagrammen te maken en in staat om gegevens te analyseren.

#### Projecttijd

#### De leerlingen kunnen 2x per week (volgens het lesrooster) werken aan het project. Afhankelijk van de behoefte van de leerling heeft de docent de mogelijkheid om de leerling zelfstandig te laten werken of extra verdieping aan te brengen in de materie. Om de docent en de leerling te helpen met het behalen van de lesdoelen is er een planning opgenomen. Op de planning wordt aangegeven wat er van de leerling wordt verwacht en wat ze moeten kunnen. De docent kan de voortgang van de leerlingen bewaken met behulp van een logboek dat is opgenomen in de lessenserie. In het logboek geven de leerlingen aan hoe ver ze zijn en reflecteren ze op de samenwerking.

#### Sommige activiteiten vinden buiten de school plaats. Misschien is er een mogelijkheid om dat binnen de geplande lesuren te doen. Als dat niet mogelijk is, zal er buiten de schooluren de activiteiten plaats moeten vinden. Het “buiten de school werken”, mag nooit ten koste gaan van andere lessen. Het excuus dat een leerling voor school bezig was, is niet acceptabel. Leerlingen moeten hiervan op de hoogte worden gebracht door de docent.

#### Verder dient de leerling altijd in overleg de buitenschoolse activiteiten te plannen.

#### Beroepshouding

#### Leren en ontwikkelen gebeurt niet alleen op school, maar ook buiten de school. Zoals vermeld vinden sommige opdrachten in de lessenserie buiten de school plaats, maar dat is ook schooltijd.

#### Als docent zie je erop toe dat de leerlingen geen misbruik maken van de vrijheid en vertrouwen die ze krijgen. Om te waarborgen dat opdrachten worden gemaakt, kun je van tevoren schriftelijke afspraken maken met de leerlingen in de klas. Als dit aan het begin van het project duidelijk is dan kunnen er geen misverstanden ontstaan. De regels vormen tijdens het project een aanvulling op de bestaande regels van de school. Wijs leerlingen ook op de consequentie als er misbruik wordt gemaakt, omdat ze buiten de school de opleiding vertegenwoordigen. Jij en de school verwachten dat ze hiermee consequent omgaan.

Als een groepje de medewerking van een winkel nodig heeft, dienen ze hiervoor op tijd afspraken te maken met de juiste persoon binnen de winkel. Laat de leerlingen als voorbereiding vragen formuleren voordat het gesprek plaats vindt. Je kunt als docent de vragen dan ook beoordelen voordat het gesprek plaats zal vinden.

Geef daarbij aan dat de opdracht niet vanuit school komt, maar dat ze dit doen voor zichzelf of de groep. Hun houding en instelling met betrekking tot de opdracht zal op datzelfde moment door de medewerkers van het bedrijf beoordeeld worden.

Geef ook aan waar het om gaat bij een goede presentatie:

Het beeld van de leerling bepaalt of mensen je willen helpen of niet.

Laat daarom je beste kant zien en zorg voor:

1. Een verzorgd uiterlijk:
   * kleding schoon en netjes;
   * tanden gepoetst;
   * handen en nagels schoon;
2. Stel je netjes voor en vertel daarbij van welke school je komt.
3. Vraag naar de juiste contactpersoon voor het uitvoeren van je opdracht.

#### Groepswerk is samenwerken

#### Een cruciaal aspect bij groepswerk is “samenwerken”. Bij samenwerken hoort verantwoordelijkheid nemen en elkaar respecteren en stimuleren. Als docent kun je zelf bepalen of leerlingen hun groep zelf mogen samenstellen. Het zelf samenstellen heeft als voordeel dat de leerlingen met mensen in een groepje zitten die ze “mogen” en gezelligheid is toch heel belangrijk. Helaas levert gezelligheid niet altijd het juiste resultaat op. Daarom geniet de voorkeur om leerlingen op basis van kwaliteiten bij elkaar te zetten. Mogen de leerlingen het zelf bepalen let er dan op dat het groepje:

* -  de taken juist verdeelt. (voorzitter, secretaris enz). Doe datgene waar je goed in bent of geef aan waar je jezelf in wilt verbeteren.
* -  goede afspraken maakt wie wat doet en wie waarvoor verantwoordelijk is. “Wie, Wat, Waar, Wanneer”
* -  je houdt aan afspraken.
* -  bij ziekte of afwezigheid ervoor zorgt dat iemand in de groep jouw

taken kan overnemen.

* -  bereikbaar bent. Wissel met elkaar telefoonnummers en

mailadressen uit.

* -  bij onduidelijkheden over de opdracht of het slecht functioneren van

de groep, altijd de docent zal inschakelen.

#### Begeleiding van de docent

#### De opdrachten en de algemene uitleg zijn meestal voldoende om aan het werk te kunnen. In het lokaal gaat de docent bij iedere groep langs om te bespreken of het allemaal naar wens verloopt en om daar waar nodig nogmaals uitleg te geven.

# 5. Didactische verantwoording

‘’Het constructivisme gaat ervan uit dat leerlingen hun nieuwe kennis construeren, en niet kant-en-klaar in de hoofden van leerlingen wordt gegoten’’ (Geerts & Rene, 2014, pp. 48-49). In mijn lessenserie wil ik naast de klassieke manier van les geven meerdere werkvormen toepassen. Hierbij wordt de klassieke manier losgelaten. De lessenserie bestaat uit theorie, opdrachten, een werkstuk en een presentatie. De opdrachten helpen de leerlingen om op een actieve manier bezig te zijn met de theorie. Volgens Fred Jansen leren leerlingen dat wat ze oefenen. Hij is een grote voorstander om leerlingen op een actieve manier te prikkelen. Ik ben van mening dat de leerlingen pas inzien met welk doel ze iets leren als ze worden gewezen op het resultaat (=wat levert het mij op). Dat prikkelt ook hun intrinsieke motivatie.

Vakdidactiek speelt zich af in een dynamisch werkveld. In het boek ‘Klaar voor de 21e eeuw’ geven Marzano & Heflebower aan dat alleen kennis niet voldoende is om leerlingen voor te bereiden op de arbeidsmarkt. Er is meer nodig en hierbij wordt er naast kennis een beroep gedaan op de vaardigheden van de leerlingen. Ze onderscheiden daarbij drie cognitieve en twee conatieve vaardigheden (Marzano & Heflebower, 2016).

* Cognitief (informatie verwerken):

1. Analyseren en gebruik maken van informatie;
2. Aanpakken van complexe problemen en zaken;
3. Creëren van patronen en mentale modellen.

* Conatief (omgaan met anderen):

1. Jezelf kennen & beheersen;
2. Begrijpen van & interactie met anderen.

In mijn lessenserie komen op cognitief gebied de onderdelen analyseren en gebruiken maken van informatie en aanpakken van complexe problemen en zaken aan bod.

Daarnaast werken de leerling op het conatieve gebied aan hun eigen vaardigheden door de zelfredzaamheid van de leerlingen te bevorderen. Ik wil met behulp van verschillende methoden de leerstof, de leerdoelen en de leeractiviteiten beter laten aansluiten bij de belevingswereld van de leerlingen. Hierbij wil ik met name focussen op de volgende vaardigheden: analyseren en gebruik maken van informatie, jezelf kennen en beheersen en begrijpen van & interactie met anderen. Leerlingen moeten zichzelf eerst kennen en bewust worden dat ze hun eigen handelingen en denken kunnen beheersen.

Dit gebeurt in een interactieve omgeving waar men informatie uitwisselt.

Individuele opdrachten:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Hoofdstuk/Onderdeel | Opdracht | Vaardigheden | Onderdeel |
| Marktonderzoek (waarom heb ik het nodig?) | Praktijkvoorbeeld: Facebook | Cognitief | 1 |
| Marktonderzoek (waarom heb ik het nodig?) | Vraag over het Marktonderzoekproces | Cognitief | 1 |
| Marktonderzoek (waarom heb ik het nodig?) | Teamrollentest | Cognitief & conatief | 1,4 |
| Marktonderzoek (waarom heb ik het nodig?) | Kruiswoordpuzzel maken | Cognitief | 1 |
| Onderzoeksvraag | Stellingen | Cognitief | 1 |
| Onderzoeksvraag | Toets: **Desk- en Field research** | Cognitief | 1 |
| Deskresearch/Omgevingsanalyse | **Vragen over demografische ontwikkelingen** | Cognitief | 1,2 |
| Deskresearch/Omgevingsanalyse | Formatieve toets over Blokker | Cognitief | 1 |
| Gegevens verwerken, anlyseren en interepeteren | Opdracht uitvoeren en analyse resultaten | Cognitief | 1,2 |
| Kern en verdieping | Logboek bijhouden | Conatief | 4,5 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Groepsopdrachten:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Hoofdstuk/Onderdeel | Opdracht | Vaardigheden | Onderdeel |
| Onderzoeksvraag | Onderzoeksopdrachten | Cognitief en conatief | 1,2,4,5 |
| Onderzoeksvraag | Mysterie shopper of klantengedrag observeren | Cognitief en conatief | 1,2,5 |
| Deskresearch/Omgevingsanalyse | Groepsopdracht: Winkelcentrum Stadshagen | Cognitief en conatief | 1,2,5 |
| Deskresearch/Omgevingsanalyse | Opdracht Enquete | Cognitief en conatief | 1,2 |
| Presenteren van resultaten | Presenteren | Cognitief en conatief | 1,2,4,5 |
| Onderzoeksopzet beoordelen |  | Cognitief en conatief | 2,4,5 |

De leerlingen hebben enige vrijheid om de verschillende (individuele) opdrachten en de instructie van de docent te volgen of de opdracht zelfstandig te maken. De docent zal op basis van de resultaten de voortgang moeten bewaken. Als een leerling onvoldoende of niet in staat is om de opdrachten zelf te maken dan zal de docent de leerling hiervan op de hoogte moeten brengen. De lessenserie is zo ontworpen dat de leerlingen de theorie direct kunnen toepassen. De opdrachten kunnen soms uitdagender zijn dan de leerlingen gewend zijn. Als leerlingen behoefte hebben aan extra ondersteuning dan kunnen ze in het menu bij het onderdeel ‘links’ extra bronnen en extra materiaal vinden die de leerlingen hierbij ondersteunen. De geselecteerde opdrachten, bronnen en materiaal sluiten zo dicht mogelijk aan bij de belevingswereld van de leerlingen. De leerlingen krijgen hierdoor een goed beeld hoe theorie en praktijk samenkomen.

De verschillende individuele opdrachten helpen de leerlingen bij de opbouw van hun eigen marktonderzoek. Het verslag en de presentatie vormen de kern in de lessenserie ‘Marktonderzoek’.

Om van elkaar te leren, worden de leerlingen uitgedaagd om elkaar feedback te geven over hun opdrachten. Door positief te reflecteren op elkaars werkzaamheden krijgen de leerlingen de gelegenheid om de opdrachten te verbeteren. De school vervult een belangrijke rol bij leerlingen voor de ontwikkeling van de intellectuele capaciteiten en het contact met leeftijdgenoten. Door beide punten te combineren leren de leerlingen van elkaar (Delfos, 2011, p. 76). Dit levert een positieve bijdrage op de extrinsieke motivatie van de individuele leerling, maar versterkt ook de groepsvorming in de klas.

In deze lessenserie komen 4 van de 5 didactische werkvormen aan bod, te weten (Kennisplatvorm voor het onderwijs, sd):  
- Instructie  
- Opdrachten  
- Interactie   
- Samenwerking

De lessenserie start met de opbouw van de les. Dit geeft de leerlingen houvast en structuur. De leerlingen kunnen op basis van de opbouw hun planning, de taken en verantwoordelijkheden vastleggen. De leerlingen krijgen veel vrijheid om de opdrachten te maken, maar de docent moet erop toezien dat ze de vrijheid aankunnen (vandaar de keuze om ze niet zelf een groepje te laten vormen). Zo is duidelijk voor de docent, leerlingen en groepsgenoten wat er van hun verwacht wordt. De docent kan leerlingen extra ondersteunen als de planning achterloopt en/of bijgestuurd moet worden.

#### TPACK

Deze lessenserie is tot stand gekomen met behulp van de volgende applicaties/platformen: wikiwijs, Youtube, Excel, Google streetview. Er wordt ook gebruik gemaakt van sites die verschillende sites die hulpmaterialen aanbieden.

ICT biedt een actieve en toegevoegde waarde in mijn lessenserie. Het uitgangspunt hierbij is dat didactiek (PK) , vakinhoud (CK) en ict (TK) in balans zijn. Dit wordt ook wel TPACK genoemd (SLO & Universiteit van Amsterdam, sd).

# 6. Differentiatie

Niet alle leerlingen hebben dezelfde onderwijsbehoefte, omdat ze verschillen in interesse, niveau, tempo en voorkeuren om te leren. Als docent kun je aan deze behoefte tegemoetkomen door te differentiëren. Differentiëren is het bewust, doelgericht aanbrengen van verschillen in instructie, verwerking en leertijd binnen een (heterogene) groep of klas leerlingen, op basis van onder andere presentatie, beheersingsniveau, leervoorkeur, interesse, motivatie en tempo (Berben & Teeseling, 2014, p. 11).

#### Differentiatiemogelijkheden

In de lessenserie ‘Marktonderzoek’ geef ik de voorkeur aan differentiëren in instructie en begeleiding, in tempo en tijd en leerstof. Voor je begint met differentiëren, bespreek gezamenlijk de doelen, de verwachting en de theorie in de klas. Zo worden misverstanden voorkomen en is het voor leerlingen duidelijk waar ze aan toe zijn. De leerlingen leveren de gemaakte opdrachten in bij de docent. De docent kan (voor specifieke leerlingen) op basis van de resultaten bepalen of er behoefte is aan extra ondersteuning en zijn lessen hierop aanpassen.

Bij differentiëren in instructie en begeleiding worden de leerlingen ingedeeld in heterogene groepen. De eerste groep kan na de instructie van de docent gelijk aan de slag (instructiegevoelig). De tweede groep heeft behoefte aan extra ondersteuning en hebben meer tijd nodig voordat het duidelijk is wat er van ze verwacht wordt (instructieafhankelijk). De laatste groep heeft geen extra uitleg nodig en is in staat om zelfstandig aan de slag te gaan. Voor deze groep zijn er extra verdiepingsopdrachten opgenomen in de lessenserie (instructieonafhankelijk).

Bij differentiatie naar tempo en tijd kunnen de leerlingen de werkzaamheden in hun eigen tempo maken. Door gebruik te maken van externe materiaal en eigen beeldmateriaal kunnen de leerlingen de informatie/instructie in hun eigen tempo opnemen. Het grote voordeel is dat de leerlingen ook buiten de reguliere schooltijden deze informatie kunnen raadplegen. De docent kan met behulp van het logboek en formatieve toetsen de voortgang van de leerlingen/groep in de gaten houden.

Bij de groepsopdracht kunnen de leerlingen samen bespreken hoe de werkzaamheden worden verdeeld. De leerlingen leren samen te werken en gebruik te maken van elkaars talenten/kwaliteiten. Met de samenwerking worden drie doelen bereikt:

* De leerlingen leveren een professionele marktonderzoek rapport in;
* De relatie onderling en de verbondenheid in de groep is verbeterd;
* De leerlingen zijn gegroeid in hun vaardigheden en competenties.

Bij differentiatie in leerstof kunnen de leerlingen die zelfstandig werken en/of behoefte hebben aan extra oefeningen de verdiepingsopdrachten maken. Daarnaast zijn er formatieve toetsen beschikbaar die de leerlingen kunnen gebruiken om te toetsen in welke mate ze de materie beheersen.

# 7. Voorgestelde Lesopzet (zie ook bijlage)

In de lessenserie worden theorie en praktijk met elkaar afgewisseld. Er zijn individuele en groepsopdrachten opgenomen waar de leerlingen aan kunnen werken. Het eindproduct (=rapportage van het onderzoek) gaan de leerlingen presenteren aan de klas.

In deze lessenserie staat niet het eindproduct centraal, maar het proces waar in de leerlingen groei laat zien. Om dat te bereiken is het noodzakelijk dat de leerlingen voldoende worden uitgedaagd. Met behulp van filmpjes, kahoot en opdrachten die buiten de school plaatsvinden wil ik de lessen interactief en praktijkgericht maken. Iedere les wordt er een beroep gedaan op hun kennis, inzicht en vaardigheden om de leerling verder te helpen bij zijn ontwikkeling.  
Met de lesopzet wordt er gekeken naar de lessen en niet naar de weken. Iedere week kan er afhankelijk van de behoefte een gedeelte van de theorie worden besproken, waarna de leerlingen zelfstandig of in groepjes aan het werk kunnen met de subopdrachten of de hoofdopdracht. De subopdrachten zijn gekoppeld aan de besproken theorie.

In het tabblad met Films en Opdrachten van het linker menu is er nog meer materiaal beschikbaar voor de docent die niet zijn opgenomen in de lessenserie. Als de klas, groepen of een individuele leerling daar behoefte aan heeft dan kan hij deze benaderen. De extra opdrachten kunnen ingezet worden als een verdiepingsopdracht voor leerlingen die de materie goed beheersen en behoefte hebben aan extra uitdaging. De lessenserie bestaat uit een stukje theorie en een docentenhandleiding.

*Les 1*In de eerste les starten we met uitleg en opzet van de lessenserie. Er wordt met behulp van een filmpje van Javier Guzman uitgelegd wat marktonderzoek is en hoe we in ons dagelijkse leven ermee geconfronteerd worden. De docent maakt de lessenserie bespreekbaar door aan te geven wat er van de leerlingen wordt verwacht. Hiermee worden eventuele problemen voorkomen en zijn de verwachtingen richting elkaar duidelijk. De docent legt ook de voorwaarden van goede onderzoeksvragen uit. De leerlingen gaan in groepsverband werken aan een kernopdracht en maken iedere les, losse opdrachten. Vervolgens gaan we de leerlingen indelen in groepen voor de kern-opdracht Marktonderzoek. De leerlingen leren ook met behulp van een praktijkvoorbeeld wat het nut van marktonderzoek is. Hiermee wordt direct een koppeling gemaakt met een actueel praktijkvoorbeeld.

De docent kan de les betekenisvol maken door de leerlingen te laten bieden voor een reep chocolade. De leerling die het hoogste heeft geboden wint de reep. We zullen met behulp van een stappenplan uitleggen hoe de bieding werkt:

1. De docent verzoekt de leerlingen om te gaan staan in de klas en hij begint met de bieding. Je noteert in een tabel (op het bord) hoeveel leerlingen de reep willen hebben voor de openingsprijs;

Leerlingen die geen interesse hebben in de reep gaan dan zitten.

1. Vervolgens ga je de prijs verhogen met 10 cent en je noteert hoeveel leerlingen er nog blijven staan.
2. Je gaat door met het verhogen van de prijs tot er 1 leerling overblijft. De leerling betaald voor de reep chocolade en de docent ontvangt het bedrag dat de leerling ervoor wil betalen.
3. Je hebt nu in een tabel op het bord genoteerd hoe de vraag is verlopen. Hiervan ga je een boxplot maken of je berekent de gemiddelde prijs die de leerlingen ervoor wilde betalen. Met behulp van dit voorbeeld kan je een bruggetje maken met marktonderzoek. Op basis van deze informatie kan het voor een bedrijf interessant zijn om te weten wat mensen gemiddeld voor een product willen betalen.

*Les 2*Nu de teamrollen bekend zijn gaan de leerlingen in les 2 een onderzoeksopzet maken. Ze beginnen met het formuleren van een onderzoeksvraag dat past bij de winkel van hun keuze. Met behulp van de onderzoeksvraag gaan de leerlingen ook vijf deelvragen maken. De leerlingen kunnen elkaars onderzoeksopzet beoordelen en feedback geven door middel van de werkvorm ‘check in duo’s en check met andere duo’s’ (Wijnbeek- de Graaf & Grieken-Luijten, sd). De leerlingen wisselen ideeen en gedachtes uit met elkaar en dat bevordert het cognitieve vermogen. De docent moet hierin duidelijke instructies geven zodat de leerlingen weten waarop ze moeten letten. De groepen leveren hun werk in en de docent heeft de gelegenheid om het werk na te kijken. De leerlingen kunnen met behulp van de feedback alvast van start met het uitvoeren van hun onderzoek.

Les 3   
Deze les bespreken we de interne en externe omgevingsfactoren. Bij de interne omgeving gaat het om de sterkte en zwakte van de winkel en bij externe omgeving over invloeden buiten de winkel.

De leerlingen maken op basis van deze gegevens een SWOT.

In de lessenserie houden we rekening met een concurrentieanalyse, omdat het doel is om leerlingen beter voor te bereiden op het maken van een ondernemingsplan. Een concurrentieanalyse speelt hierin een minder grote rol. Als de leerlingen de SWOT hebben uitgevoerd gaan ze een enquête maken en afnemen.

De docent kan in de les een YouTube filmpje laten zien over ‘een korte enquête’. Met behulp van de YouTube filmpje wordt er een koppeling gemaakt tussen theorie en praktijk. Geef daarbij aan waar een enquête aan moet voldoen. Hierdoor wordt de theorie betekenisvol, omdat er wordt aangetoond hoe een enquête plaats vindt in de praktijk. De groepen die nog extra behoefte hebben aan instructie kan de docent verzoek om vooraan in de klas plaats te nemen. Hierdoor worden de andere leerlingen zo min mogelijk gestoord.

*Les 4*In les 4 gaan de leerlingen de onderzoeksresultaten verwerken, analyseren en interpreteren. Dit gebeurt met het Microsoftprogramma ‘Excel’. Zoals we hebben vermeld gaan wij ervan uit dat de leerlingen al voldoende vaardig zijn om de resultaten te verwerken. De docent ziet erop toe dat de leerlingen antwoord geven op de deelvragen en de probleemstelling.

In het tabblad ‘opdracht uitvoeren en analyse resultaten’ zijn er meerdere films beschikbaar die de leerlingen ondersteunen bij het uitvoeren van een analyse. Als de leerlingen behoefte hebben om eerste te oefenen, dan kunnen ze het ‘werkblad Onderzoeksdata’ downloaden. Samen met de film kunnen de leerlingen zelfstandig oefenen om de formules te verwerken.

*Les 5*Dit is de laatste les. In de laatste les ronden de leerlingen hun onderzoeksrapport af en leveren ze het via de ELO aan het einde van de week in. Als ze het onderzoek akkoord is bevonden gaan ze dit presenteren aan de klas.

# 8. Beoordeling Marktonderzoek

|  |  |
| --- | --- |
| *Naam leerling:* |  |
| *Klas:* |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Titels\*:* | *Richtlijnen voor inhoud* | *Richt-lijn* | *Max. aantal punten* | *Behaalde punten* |
| **Titelblad (voorwaarden voor inleveren)** | * Naam vak * Titel van het marktonderzoek * Namen leerlingen en studentnummers * Naam docent | 1 a4 | Vereist |  |
| **Inhoudsopgave** | * Elk onderdeel een apart hoofdstuk met hoofdstuknummer (1.) en paragrafen (1.1) en paginanummers | 1 a4 | Vereist |  |
| 1. **Korte inleiding** | * Korte beschrijving van het marktonderzoek. | 1/4 a4 | 10 |  |
| **10 punten** | * De groep kan goed beschrijven wat ze gaan onderzoeken. Daarnaast wordt er door de groep aangeven waarom het belangrijk is en wat ze ermee willen bereiken. |  |  |  |
| **5 punten** | * De groep kan aangeven wat ze gaan onderzoeken en wat ze ermee willen bereiken. |  |  |  |
| **0 punten** | * De groep is onvoldoende in staat om het nut van het onderzoek te beschrijven. |  |  |  |
| 1. **Persoonlijke gegevens** | * Noteer hier de namen en contactgegevens van teamleden. | 1/2 a4 | 5 |  |
| 1. **Rol + takenverdeling** | * Maak een rolverdeling. Geef hierbij aan wie welke taken op zich neemt en voor wanneer dat af moet zijn (maak een planning!). | 1/2 a4 | 5 |  |
| **5 punten** | * De rolverdeling, verantwoordelijkheden, taken en planning zijn opgenomen in de rapportage. |  |  |  |
| **2 punten** | * De rolverdeling en verantwoordelijkheden zijn taken zijn opgenomen in de rapportage. |  |  |  |
| **0 punten** | * De vereist onderdelen zijn niet opgenomen in de rapportage. |  |  |  |
| 1. **Bedrijfs-omschrijving** | * Beschrijf in het kort jullie bedrijf en jullie product/dienst. * Formuleer jullie doelstelling(en) op de SMART methode. * Beschrijf de sterke en zwakke kanten van jullie bedrijf en wat de kansen en bedreigingen zijn (SWOT analyse). | 2 a4 | 10 |  |
| **10 punten** | * De groep geeft een duidelijke beschrijving van het product/dienst. De groep geeft niet/ onvoldoende aan wat de SWOT betekent voor de doelstellingen. |  |  |  |
| **5 punten** | * De groep geeft een duidelijke beschrijving van het product/dienst. Er wordt geen verband gemaakt tussen de SWOT en de doelstellingen. |  |  |  |
| **0 punten** | * Er is geen beschrijving aanwezig van het product/dienst. De groep geeft niet/onvoldoende aan wat de SWOT betekent voor de doelstellingen. |  |  |  |
| 1. **Probleem-**   **formulering en deelvragen** | * De probleemstelling en deelvragen passen binnen het onderzoek en sluiten op elkaar aan. | 1/4 a4 | 10 |  |
| **10 punten** | * De deelvragen staan in verband met de probleemformulering. Deze vragen geven ook antwoord op punt 1. |  |  |  |
| **5 punten** | * De deelvragen staan in verband met de probleemformulering. De vragen geven onvoldoende antwoord op punt 1. |  |  |  |
| **0 punten** | * De deelvragen staan los van de probleemformulering. De vragen geven onvoldoende antwoord op punt 1. |  |  |  |
| 1. **Externe omgeving** | * Omschrijf jullie doelgroep, jullie concurrenten en de markt. Maak een overzichtelijk schema. | 3/4 a4 | 10 |  |
| **10 punten** | * De keuze van de doelgroep wordt onderbouwd op basis van de marktinformatie en -ontwikkelingen. |  |  |  |
| **5 punten** | * De keuze van de doelgroep wordt gedeeltelijk onderbouwd op basis van de marktinformatie en -ontwikkelingen. |  |  |  |
| **0 punten** | * De keuze van de doelgroep wordt niet onderbouwd op basis van de marktinformatie. |  |  |  |
| 1. **Onderzoeks-resultaten** | * Geef aan wat jullie onderzoek heeft opgeleverd/ Wat zijn de resultaten? | 1/2 a4 | 10 |  |
| **10 punten** | * De groep kan op basis van de vorige punten verbanden leggen en conclusies hieruit trekken. Tevens kan de groep ook een advies geven. |  |  |  |
| **5 punten** | * De groep kan op basis van de vorige punten gedeeltelijk verbanden leggen en conclusies trekken. |  |  |  |
| **0 punten** | * De groep trekt die verbanden en conclusies, maar die staan los van de vorige punten. |  |  |  |
| 1. **Bijhouden van logboek** | * Beoordelen op proces, reflectie en verbeterpunten (in de groep). | Online | 10 |  |
| **10 punten** | * De groep kan kritisch reflecteren op de samenwerking, het onderzoeksplan en kan ook verbeteringen benoemen voor de volgende keer. |  |  |  |
| **5 punten** | * De groep kan kritisch reflecteren op de samenwerking, het onderzoeksplan. |  |  |  |
| **1 punten** | * De groep kan beschrijven hoe de samenwerking is gelopen. |  |  |  |
| *Presentatie en Vormgeving* | | | | |
| **Presentatie voor de klas** | Zie volgende kop (beoordeling presentatie) |  | 30 |  |
| **Score** | | | **100** |  |
| *Te laat ingeleverd (minpunten)* | | |  |  |
| **Eindscore** | | | **100** |  |
| **Cijfer (delen door 10)** | | |  |  |

\*Voor de onderdelen 1 tot en met 7 moet er minimaal 45 punten worden behaald. Anders is mag er niet worden gepresenteerd. Voor de onderdelen die zijn vereist worden er geen punten gegeven.

# 9. Beoordeling Presentatie

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Presenteren** | | | | |
| **Onderdeel** | **10 punten** | **5 punten** | **0 punten** | **Behaalde punten** |
| **Doelgerichte presentatie:**  **- Inhoud**  **- Doelgroep** | **De inhoud sluit aan bij de doelgroep en wordt kort en krachtig overgebracht.** | **De inhoud sluit voldoende aan op de doelgroep en wordt goed overgebracht.** | **De inhoud sluit niet aan bij de doelgroep en het is niet duidelijk wat de groep wilt overbrengen.** |  |
| **Presentatie:**  **-Houding**  **-Stemgebruik**  **-Oogcontact**  **- Vragen stellen** | **De groep weet de doelgroep te boeien door een enthousiaste houding, afwisselend stemgebruik en op signalen te letten.** | **De groep weet de doelgroep op momenten te boeien en door vragen nauwkeurig te beantwoorden.** | **De presentatie verloopt moeizaam en het lukt de groep niet de vragen van de doelgroep gericht beantwoorden.** |  |
| **Persoonlijk verzorging:**  **-Kleding**  **-Schoenen**  **- Algemene verzorging** | **De groep heeft aandacht besteed aan de kleding en uiterlijke verzorging. Dit is afgestemd op de presentatie.** | **De groep heeft enige aandacht besteed aan de kleding en uiterlijke verzorging.** | **Er is door de groep geen of onvoldoende aandacht besteed aan de uiterlijke verzorging.** |  |

# 10. Reflectie

#### Reflectie op de lessenserie

Met deze opdracht heb ik twee punten willen aantonen. Ten eerste dat ik in staat ben om een lessenserie te ontwikkelen dat aansluit bij de PTA van de bovenbouw van het VMBO. Ten tweede wilde ik mijn eigen groei aantonen door een eigen lessenserie te ontwerpen, te ontwikkelen en te verdedigen.

Met deze lessenserie heb ik aangetoond dat ik in staat ben om pedagogisch, didactisch en onderwijskundig verantwoord te handelen binnen het vak economie. Hiervoor gebruik ik verschillende differentiatiemogelijkheden en pas ik meerdere werkvormen toe. Deze lessenserie heb ik na de afsluiting van de module ondernemingsplan ontwikkelt met toestemming van mijn VMBO-teamleider.

Ik was van mening dat de module niet goed aansluit bij het kennisniveau van de leerlingen en dat leerlingen onvoldoende worden voorbereid op competentiegericht leren.

Met een interactieve lessenserie worden de leerlingen uitgedaagd en verwerven ze nieuwe kennis en inzichten bij het doen van marktonderzoek. Deze nieuwe inzichten kunnen ook toegepast worden binnen andere vakgebieden. Het doel van deze lessenserie was om leerlingen kennis te laten maken met de basisbeginselen van marktonderzoek, zodat ze vertrouwen hebben in hun eigen handelen en beter zijn voorbereidt op het maken van een ondernemingsplan.

In deze lessenserie heb ik ervoor gekozen om een combinatie te maken van opdrachten die de leerlingen zelfstandig en samen kunnen uitvoeren. De leerlingen kunnen als ze dat willen opzoek gaan naar extra informatie met behulp van de toegevoegde bronnen en/of extra instructie gebruiken die via het menuoverzicht wordt aangeboden. Vanwege de gevarieerde aanbod aan mogelijkheden in het lesmateriaal heb ik getracht een breed publiek aan te spreken. Iedere leerling is namelijk anders en leert op een andere manier (Dijkstra, 2016, pp. 19-23).

#### Ontwikkelpunten

Ik ben bijzonder opgelucht dat de lessenserie af is. Het gekozen onderwerp vond ik lastig om vorm te geven. Het onderwerp is complex en het bestaat uit te veel deelonderwerpen. Achteraf ben ik van mening dat ik een onderwerp had moeten kiezen zoals de marketingmix in combinatie met marktonderzoek. Dit is een afgebakend onderwerp en is overzichtelijk en niet abstract. Door me te richten op de telefoonmarkt kan ik me focussen op het marktonderzoek met de marketingmix (product, prijs, plaats, personeel, promotie, en plaats).

In mijn lessenserie zie ook ruimte voor verbeteringen. Soms zijn de gebruikte materialen en praktijkopdrachten niet actueel genoeg en/of sluit het onvoldoende aan bij de onderwerpen. Tevens wil ik meer werkvormen toepassen die aansluiten bij en verder ontwikkelen in het toepassen van verschillende. De gekozen actualiteiten zijn ongeveer twee tot acht jaar oud en daardoor achterhaald.

In mijn visie had ik aangegeven dat steeds meer leerlingen een ondernemer willen worden. In mijn volgende lessenserie wil ik een video van een ondernemer toevoegen. Hij vertelt over zijn ervaring als ondernemer en het starten van een eigen onderneming, hoe heeft hij het onderzoek uitgevoerd en of hij nog tips met de leerlingen kan delen.

#### Handelsvoornemen

#### Het proces van deze lessenserie verliep wat moeizamer. Dit had ermee te maken dat ik veel energie heb gestoken aan de voorbereiding van de lessenserie. Ik wilde aantonen dat ik in staat ben om een professionele lessenserie te ontwikkelen, maar ik verloor uiteindelijk het overzicht. Ik wil de leerlingen een goed beeld geven in het proces en verschillende onderdelen van het marktonderzoeksproces dat ik steeds meer afstapte van kern van mijn lessenserie. Het doel was om leerlingen een goede introductie te geven in het marktonderzoeksproces.

#### Daarnaast ben eind april gestopt bij mijn stageschool. Hierdoor kon ik mijn opdracht niet meer afronden bij mijn stageschool. Ik heb de lessenserie met een collega docent besproken. Ik heb hem verzocht om hierop feedback te geven, maar ik heb van hem nog geen terugkoppeling ontvangen. Voor het samenstellen van mijn lessenserie heb ik gebruik kunnen maken van mijn oude leerboeken van het HBO en nieuwe boeken over marketing. In eerste instantie ben ik beschikbare theorie gaan verzamelen om tot voldoende leerstof te komen.

#### Ik heb voor mijn lessenserie gebruik gemaakt de volgende studieboeken:

#### Grondslagen van de marketing van Verhage (Verhage, 2001);

1. Enquête research (Markus & Oudemans, 2001);
2. Key Concepts in Marketing (Sutherland & Canwell, 2004);
3. Marketing en communicatie 1 (Berg, Tijssen, & Dijk, 2016)

Naast bovenstaande literatuur heb ik ook gebruik gemaakt van diverse internetbronnen en YouTube films. Deze internetbronnen en films staan niet in mijn literatuurlijst, omdat ik ze heb gebruikt in mijn lessenserie.

Ik ben trots op het eindresultaat en de lessenserie heeft mij veel tijd gekost, maar ik kijk er met een voldaan gevoel op terug.

# 11. Literatuurlijst

Berben, M., & Teeseling, M. v. (2014). Differentiëren is te leren! Amersfoort: CPS Uitgeverij.

Berg, I., Tijssen, H., & Dijk, E. v. (2016). Marketing en communicatie 1. Amersfoort: ThiemeMeulenhoff BV.

de commissie Teulings II. (2005). *The Wealth of Education.* Opgeroepen op mei 2018, van Experimenten voor in de klas: http://www.experimentenvoorindeklas.nl/attachments/File/The\_Wealth\_of\_Education.pdf

De Telegraaf. (2018, maart 1). *Meer ondernemers door groei economie.* Opgeroepen op mei 2018, van De Telegraaf: https://www.telegraaf.nl/financieel/1734990/meer-ondernemers-door-groei-economie

Delfos, M. (2011). In *Ik heb ook wat te vertellen!* Amsterdam: SWP .

Dijkstra, P. (2016). *Effectiever leren met leerstrategieen.* Amsterdam: Boom.

Geerts, W., & Rene, K. v. (2014). Handboek voor leraren. Amsterdam: Coutinho.

Jansen, F., Hulshof, H., & Veen, K. v. (2016, maart 14). *Uitdagend gedifferentieerd vakonderwijs.* Opgeroepen op mei 2018, van Universiteit van Leiden: https://www.universiteitleiden.nl/onderzoek/onderzoeksoutput/iclon/uitdagend-gedifferentieerd-vakonderwijs

Janssen, F. (Regisseur). (2012). *Goed vakonderwijs maken en geven* [Film].

Kennisplatvorm voor het onderwijs. (sd). *Didactische werkvormen*. Opgeroepen op mei 2018, van Wij-leren: https://wij-leren.nl/didactische-werkvorm.php

Markus, K., & Oudemans, A. (2001). In *Enquete research.* Groningen: Wolters Noordhoff.

Marzano, R., & Heflebower, T. (2016). Klaar voor de 21e eeuw. Middelburg: Bazalt Educatieve Uitgaven.

Mebius, D. (2018, februari 20). *Kabinet wil vmbo'er sneller laten doorstromen naar mbo; diploma niet verplicht.* Opgeroepen op mei 2018, van De Volkskrant: https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/kabinet-wil-vmbo-er-sneller-laten-doorstromen-naar-mbo-diploma-niet-verplicht~bfd80843/

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. (2018, mei 28). *Acties voor sterk en toegankelijk beroepsonderwijs*. Opgeroepen op mei 2018, van Rijksoverheid: https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2018/05/28/acties-voor-sterk-en-toegankelijk-beroepsonderwijs

Nationaal Expertisecentrum Leerplanontwikkeling. (sd). *CONCEPTVISIE OP HET LEERGEBIED MENS & MAATSCHAPPIJ*. Opgeroepen op mei 2018, van Curriculum.nu: https://curriculum.nu/wp-content/uploads/2018/03/Conceptvisie-procesverslag-en-consultatievragen-Mens-Maatschappij.pdf

Nationaal Regieorgaan Onderwijsonderzoek. (2017, juni 13). *Hoe verbeteren we de informatievaardigheden van vmbo-leerlingen?* Opgeroepen op juni 2018, van Nationaal Regieorgaan Onderwijsonderzoek: https://www.nro.nl/kennisrotondevragenopeenrij/informatievaardigheden-vmbo-leerlingen/

nieuwe vmbo. (sd). *economie en ondernemen.* Opgeroepen op juni 2018, van nieuwe vmbo: https://nieuwvmbo.nl/web/viewer.html?file=https://nieuwvmbo.nl/wp-content/uploads/2017/03/EO-Kern-Economie-en-ondernemen.pdf

Regionaal Onderwijsbeleid. (sd). Opgeroepen op mei 2018, van Krimp en onderwijsaanbod: http://regionaalonderwijsbeleid.nl/vraagstukken-inhoudelijk/1-krimp-onderwijsaanbod/

Rijksoverheid. (sd). *Instroom in het middelbaar beroepsonderwijs*. Opgeroepen op mei 2018, van Onderwijs in Cijfers: https://www.onderwijsincijfers.nl/kengetallen/mbo/deelnemers-mbo/instroom-in-het-mbo

SLO & Universiteit van Amsterdam. (sd). *TPACK: integratie van ict in het onderwijs*. Opgehaald van tpack: http://www.tpack.nl

SLO. (2009, maart). *Nationaal expertisecentrum leerplanontwikkeling.* Opgeroepen op 12 2017, van SLO: http://downloads.slo.nl/Repository/competentiegericht-doorstroom-instrument.pdf

Stichting Platforms VMBO. (sd). *PTA*. Opgeroepen op mei 2018, van Stichting Platforms VMBO: https://www.platformsvmbo.nl/schoolexaminering/pta

Sutherland, J., & Canwell, D. (2004). Key concepts in marketing. England: Palgrave Macmillan.

Verhage, B. (2001). Grondslagen van de marketing. Groningen: Stenfert Kroese.

Wijnbeek- de Graaf, A., & Grieken-Luijten, v. E. (sd). *vier elementaire samenwerkingsstructuren*. Opgeroepen op juni, van samenwerkend-of-cooperatief-leren: https://samenwerkend-of-cooperatief-leren.wikispaces.com/vier+elementaire+samenwerkingsstructuren

# Bijlage 1 Structuur lessenserie

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Les 1 | Fase | Onderdelen | Hulpmiddelen | Tijdsplannig (min.) |
| 1. | Introductie: De ondernemer als marktonderzoeker en Marktonderzoek |  | Filmpje: Gavier Guzman en betekenisvol praktijkvoorbeeld met chocolade reep | 15 |
|  | Specificatiefase: | Groepsvorming | Werkenmetteamrollen.nl | 5 en huiswerk |
|  | Uitleg Probleemstelling en voorwaarden waaraan het moet voldoen | Formuleren v/d probleemstelling en deelvragen |  | 5 |
|  |  | Voorwaarden onderzoek |  | 15 |
|  |  | Extra Kruiswoordpuzzel maken |  | Wachtwoord voor Excelblad ‘Cijfers Stadshagen’ is MARKETING |
|  |  |  |  |  |
| 2. | Terugblik Les 1 | Bespreken teamrollen |  | 10 |
|  | Specificatiefase: | Onderscheid bespreken van desk-research en field-research | Jasper Maat van Edu Mob | 5 |
|  |  | Bespreken van omgevingsfactoren en SWOT | 15 |
|  |  | Verzamelen en beoordelen van onderzoeksopzet | 15 |
|  |  |  |  |  |
| 3. | Terugblik les 1 en 2 |  |  | 10 |
|  | Conceptfase: | Bespreken problemen bij marktonderzoek |  | 10 |
|  |  | Afronden deks-search |  | 10 |
|  |  | Starten met het verzamelen van field-research met enquêtes |  | 15 |
|  |  |  |  |  |
| 4. | Terugblik les 1 tot 3 |  |  | 10 |
|  | Conceptfase/Uitwerkingsfase | Verzamelen en analyseren van field-research | Film: Onderzoeksresultaten in beelden | 35 |
|  |  |  |  |  |
| 5. | Uitwerkingsfase | Formuleren field-research tot betekenisvolle onderzoek samen met desk-reseach |  | 20 |
|  |  | Trekken van conclusies:  5 tal conclusies op basis van desk-research;  +/- 5 tal conclusies op basis van desk en field-research  Eigen bevindingen op basis van probleemstelling |  | 25 |
|  |  | Uitvoeren analyse Werkblad Onderzoeksdata |  | Wachtwoord voor Excelblad ‘Antwoorden Onderzoeksblad’ is Analyse |
|  |  |  |  |  |
| 6. | Presentatie geven nav resultaten |  | Film: Sylvie Verleye over presentatietechnieken van Steve Jobs | 45 |

# Bijlage 2 Toetsmatrijs

