

# 6



# T

# F

# I

# L

## Thema 4: Onderzoeks- competenties

4

**THEMA**

**Onderzoeks-  
competenties**



Hoe los je een onderzoeksvraag  
op?

p. 4

# LEVEL ①

## Hoe los je een onderzoeksvraag op?

### → INTRO

1

Bekijk aandachtig het onderstaande schema.



2

In dit Level beantwoord je stap voor stap deze onderzoeksvragen:

- Hoe kun je je op het onderzoeksprobleem oriënteren en het onderzoeksprobleem afbakenen?
- Hoe formuleer je hoofd- en deelvragen?
- Hoe ontwikkel je een onderzoeksplan?
- Op welke manieren kun je gegevens verzamelen?
- Hoe analyseer je gegevens?
- Op welke manier beantwoord je onderzoeksvragen en trek je conclusies?
- Op welke manier deel je je bevindingen?
- Hoe evalueer je het onderzoeksproces aan de hand van een reflectie?

## Oriëntatie op het onderzoeksprobleem

Meestal krijg je van je leerkracht een opdracht die vertrekt vanuit een onderzoeksprobleem en kun je onmiddellijk aan de slag. Soms is het onderzoeksprobleem niet gegeven en moet je je oriënteren op wat je precies moet onderzoeken of op wat het onderzoeksprobleem is.

Doe in ieder geval wat achtergrondonderzoek om een beter begrip te krijgen van het onderwerp en de context. Dat kan onder andere door recente literatuur of nieuwsartikels te lezen, door websites te bestuderen, door filmfragmenten te bekijken of door eerdere onderzoeksresultaten te analyseren.

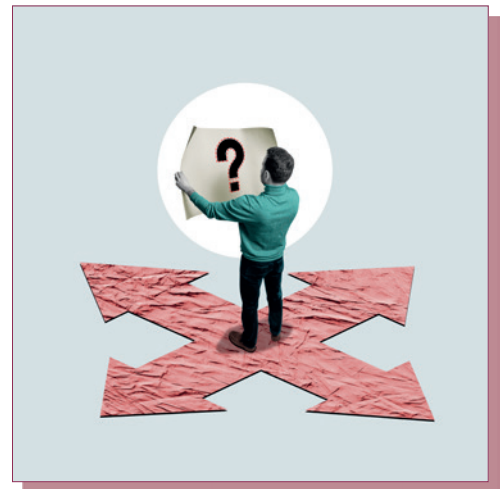
Je kunt een onderzoeksprobleem vanuit verschillende hoeken bekijken. Dat heeft te maken met de doelstelling van het onderzoek. Wat is de reden van het onderzoek? Wanneer je een probleemstelling onderzoekt, moet je een antwoord kunnen geven op de volgende vragen:

- is er genoeg informatie te vinden over het onderwerp;
- wat wil je bereiken met het onderzoek;
- wil je het probleem beschrijven of wil je onderzoeken hoe er iets aan kan gedaan worden?

Als het onderzoeksprobleem erg ruim is (bijvoorbeeld rookgedrag bij jongeren en de gevolgen voor de maatschappij), dan wordt het onderzoek moeilijk: ofwel zal het erg duur en tijdrovend zijn, ofwel zul je maar een aantal aspecten ervan kunnen belichten waardoor je geen goed antwoord op de ruime vraag kunt geven. Bovendien is de kans groot dat dat al onderzocht werd.

Een onderzoeksprobleem kun je inperken op verschillende manieren, bijvoorbeeld door de onderzochte periode te beperken (onderzoek de evolutie van het rookgedrag gedurende de afgelopen vijf jaar), door een ruimtelijke afbakening (onderzoek de evolutie van rookgedrag in Vlaanderen gedurende de voorbije vijf jaar) of door welbepaalde groepen te onderzoeken (onderzoek de evolutie van rookgedrag in Vlaanderen van meisjes in de leeftijdscategorie van 13 tot 18 jaar gedurende de voorbije vijf jaar). Door verschillende beperkingen te combineren formuleer je de vraag steeds enger, zodat je je onderzoeksterrein goed kunt afbakenen.

Wanneer er personen bij het onderzoek betrokken zijn, is het belangrijk dat je hen gemakkelijk kunt bereiken en dat ze bereid zijn om mee te werken.



## Explore 2— Waaraan moet een goede onderzoeksvraag of een hypothese voldoen?

### Goede onderzoeksvraag of hypothese

Tijdens de oriëntatiefase zijn er wellicht al veel vragen bij je opgekomen over de probleemstelling. Je moet nu op basis daarvan een hoofdvraag met deelvragen stellen om een antwoord te kunnen vinden op de probleemstelling.

Bij een onderzoek kun je er ook voor kiezen om een hypothese te formuleren. In een onderzoekscyclus is een hypothese een voorlopige voorspelling over de relatie tussen twee of meer variabelen. Het is een veronderstelling die wordt getest en geëvalueerd als onderdeel van het onderzoeksproces. Een hypothese wordt meestal geformuleerd voordat het onderzoek begint en wordt gebruikt om richting te geven aan het onderzoek en om specifieke voorspellingen te doen over wat de onderzoeksresultaten zouden kunnen zijn. Het testen van hypothesen is een cruciaal onderdeel van een onderzoek. Door hypothesen te testen kunnen onderzoekers bewijs verzamelen om te bepalen of hun veronderstellingen waar zijn.



Kies je voor onderzoeksvragen, dan moeten ze aan verschillende criteria voldoen die ervoor zorgen dat het onderzoek relevant, haalbaar en waardevol is.

- De onderzoeksvraag moet relevant zijn voor de probleemstelling.
- De onderzoeksvraag moet helder en specifiek zijn, zodat het duidelijk is wat je precies onderzoekt en welke resultaten je verwacht.
- Het moet haalbaar zijn om de onderzoeksvraag met de beschikbare middelen, tijd en expertise van de onderzoekers te beantwoorden. Het moet realistisch zijn om de vraag te onderzoeken en om de benodigde gegevens te verzamelen en te analyseren.
- De onderzoeksvraag moet origineel zijn en bijdragen aan de bestaande kennis op het gebied. Ze moet nieuwe inzichten bieden of bestaande kennis uitbreiden.
- De onderzoeksvraag moet zich richten op een specifiek aspect van het onderwerp, zodat het onderzoek zich daarop kan concentreren en diepgaand kan worden uitgevoerd.
- De onderzoeksvraag moet meetbaar zijn, zodat het mogelijk is om de resultaten objectief te beoordelen en te evalueren. Er moeten dus duidelijke variabelen zijn die gemeten en geanalyseerd kunnen worden.

Een onderzoeksvraag kan meerdere vormen aannemen. Ga na welk type vraagstelling het best bij jouw probleemstelling of onderzoek past. Een onderzoek is ook altijd een verzameling van kleinere onderzoeken. Dus moet je deelvragen stellen, die uiteraard verband houden met de hoofdvraag. De antwoorden op de deelvragen geven je een globaal antwoord op de hoofdvraag.

ONDERZOEKS-FUNCTIE	TYPISCHE VRAGEN	VOORBEELD VAN EEN ONDERZOEKSVRAAG	VOORBEELD VAN DEELVRAGEN
Beschrijvende vraagstelling	Wat zijn de kenmerken? Welke eigenschappen heeft het? Waaruit bestaat het? Wie of wat is erbij betrokken? Hoe ziet het eruit? Wat zijn de belangrijkste stappen?	In welke afdelingen in de onderneming is er veel ziekteverzuim?	Wat verstaan we onder ziekteverzuim? In welke afdelingen is het ziekteverzuim hoger dan een tijd geleden?
Vergelijkende vraagstelling	Wat zijn de verschillen? Wat zijn gelijkenissen?	Welke verschillen zijn er in de evolutie van de werkloosheid in Vlaanderen en de werkloosheid in Wallonië de afgelopen vijf jaar?	Wanneer spreken we van werkloosheid? Welke evolutie kende de werkloosheid in Vlaanderen de afgelopen vijf jaar? Welke evolutie kende de werkloosheid in Wallonië de afgelopen vijf jaar? Welke initiatieven nam Vlaanderen in de bestrijding van de werkloosheid? Welke initiatieven nam Wallonië in de bestrijding van de werkloosheid?
Evaluerende vraagstelling	Wat is de waarde? Hoe goed werkt het? Wat zijn de positieve punten? Wat zijn de negatieve punten? Hoe wenselijk is het? Hoe geschikt is het? Wat zijn de voordelen? Wat zijn de nadelen?	Welke aanbieder van mobiele telefoons is de beste voor wie jonger is dan 25?	Welke tariefformules bieden de verschillende operatoren aan? Hoe ziet het belprofiel van een min 25-jarige eruit?
Verklarende vraagstelling	Waarom is dat zo? Hoe komt dat? Wat zijn de oorzaken? Waarvan is dat een gevolg? Welke redenen zijn er? Wat zijn de achtergronden?	Waarom is de inflatie in België zo fel gestegen de afgelopen jaren?	Hoeveel bedroeg de stijging van de inflatie in België tussen 2010 en 20XX? Wat zijn de oorzaken van inflatie? Hoeveel bedroeg de stijging van de inflatie tussen 2010 en 20XX in de buurlanden?
Adviserende vraagstelling	Wat kan eraan gedaan worden? Hoe kan het verbeterd worden? Hoe moet het? Wat zijn de geschikte maatregelen?	Welke maatregelen zijn nodig om de Belgische staatsschuld versneld af te bouwen?	Hoeveel bedraagt de Belgische staatsschuld? Aan wie heeft de Belgische staat schulden?

Gebruik de volgende checklist bij het opstellen van je onderzoeksvraag.

De onderzoeksvraag:

- ☐ is een vragende zin;
- ☐ is bij voorkeur een open vraag;
- ☐ is eenduidig geformuleerd met gedefinieerde kernbegrippen;
- ☐ is enkelvoudig;
- ☐ vraagt niet naar de bekende weg;
- ☐ doet geen foute vooronderstellingen;
- ☐ bevat geen (deel van het) antwoord;
- ☐ is relevant;
- ☐ is acceptabel;
- ☐ wordt beantwoord door de antwoorden op de deelvragen.

## Explore 3— Hoe ontwikkel je een onderzoeksplan?

### Onderzoeksplan

In een onderzoeksplan staat hoe je tot het antwoord op je deelvragen denkt te komen. Het is ook een voorbereiding op je conclusie. Het onderzoeksplan valt grofweg op te delen in de zes volgende delen, al zijn die afhankelijk van het type onderzoek en het vak waarvoor je het onderzoek uitvoert.





## ONDERZOEKSPLAN:

### Inleiding

- Achtergrondinformatie over het onderwerp van het onderzoek
- Probleemstelling of onderzoeksvraag
- Doelstellingen en het beoogde resultaat van het onderzoek

### Omschrijving van de verkenning van het onderzoeksprobleem

- Overzicht van bestaande literatuur en bestaand onderzoek over het onderwerp
- Identificatie van lacunes in de bestaande kennis die het onderzoek zal aanpakken
- Theoretisch kader dat relevant is voor het onderzoek

### Onderzoeksvragen of hypothesen

### Onderzoeksmethode en beschrijving van de onderzoeksinstrumenten

SOORT ONDERZOEK	OMSCHRIJVING
deskresearch	Je gebruikt gegevens die al voor andere doeleinden zijn verzameld en opgeslagen.
fieldresearch	Je verzamelt, analyseert en interpreteert gegevens waarvoor je zelf onderzoek moet verrichten.
verkennend onderzoek	Je voert dit onderzoek uit om een beter beeld te krijgen van het probleem of onderwerp waarover weinig bekend is. Dat soort onderzoek wordt vaak uitgevoerd in de beginfase.
beschrijvend onderzoek	Je beschrijft bijvoorbeeld wie de klanten zijn, wat zij verwachten, wie de concurrenten zijn ...
verklarend onderzoek	Je zoekt naar een mogelijke verklaring voor bijvoorbeeld een bepaalde beweging op de markt.
kwalitatief onderzoek	Je voert een onderzoek met slechts een beperkte groep mensen. Het bestaat meestal uit interviews of groepsdiscussies.
kwantitatief onderzoek	Je ondervraagt een grote groep mensen via telefonische, schriftelijke of online vragenlijsten.
literatuur onderzoek	Je voert een onderzoek op basis van verschillende bronnen zoals boeken, artikels, filmfragmenten, websites, vroeger onderzoek ...

### Planning en tijdschema

- Gedetailleerde planning van de stappen van het onderzoek
- De geschatte tijdsduur voor elke stap
- Tussentijdse deadlines

### Eventueel een taakverdeling bij groepswerk

Het kan interessant zijn om een logboek bij te houden. Dat is een gedetailleerd verslag van alle activiteiten die tijdens het onderzoek zijn uitgevoerd. Daarin noteer je ook de beslissingen die je genomen hebt zoals wijzigingen in de onderzoeksmethode. Door regelmatig te noteren wat goed ging of wat de obstakels waren en waarom, bewaak je ook de vooruitgang. Daardoor wordt het proces efficiënter en het eindproduct van betere kwaliteit. Een goed bijgehouden logboek maakt het gemakkelijker om een conclusie te schrijven omdat je alle relevante informatie binnen handbereik hebt.

### Gegevens verzamelen

Nadat je een onderzoeksplan hebt opgesteld, voer je het onderzoek uit volgens dat plan. Tijdens deze fase verzamel je alle gegevens die je nodig hebt om de onderzoeksvraag te beantwoorden.

In je onderzoeksplan heb je de meest geschikte methode om gegevens te verzamelen vastgelegd en de onderzoeksinstrumenten beschreven. Daarbij heb je zorgvuldig verschillende factoren waaronder de onderzoeksvraag, de doelgroep, de beschikbare tijd en middelen afgewogen. Het kan ook zijn dat je beslist hebt om verschillende onderzoeksmethoden te combineren.

Dit zijn de meest voorkomende methoden voor gegevensverzameling.

#### Literatuuronderzoek

Dat is een methode om bestaande kennis over de onderzoeksvraag te verzamelen. Die kennis vind je in verschillende bronnen zoals wetenschappelijke tijdschriftartikelen, boeken, films, op sociale media ... Het is belangrijk om de bronnen zorgvuldig te selecteren.

- Zorg ervoor dat de bronnen direct relevant zijn voor je onderzoeksvraag. De bronnen moeten informatie bevatten die je kunt gebruiken om een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag.
- Controleer de geloofwaardigheid van de auteur of van de informatiebron. Dat kun je doen door informatie op te zoeken over de auteur zoals de expertise, de professionele achtergrond en eerdere publicaties. Kijk ook naar de publicatie waarin het werk van de auteur is verschenen. Is het een gerenommeerd tijdschrift, een betrouwbare website of een andere erkende bron?
- Controleer de publicatiedatum van de bron om er zeker van te zijn dat de informatie actueel is en nog steeds relevant voor je onderzoek. Voor sommige onderwerpen is recente informatie cruciaal, terwijl voor andere onderwerpen oudere bronnen nog steeds waardevol kunnen zijn.
- Probeer de objectiviteit van de bron te beoordelen en identificeer mogelijke belangenconflicten zoals financiële banden met bepaalde bedrijven of politieke overtuigingen.
- Als je een wetenschappelijk artikel gebruikt, zoek dan naar een peerreview van dat artikel. Dat betekent dat het artikel is beoordeeld door andere deskundigen in het vakgebied voordat ze zijn gepubliceerd, wat de kwaliteit en betrouwbaarheid van de informatie verhoogt.

Goed literatuuronderzoek leidt niet tot een simpele opsomming of samenvatting van alle beschikbare gegevens maar tot een kritische bespreking van de meest relevante informatie. Ga na of de informatie goed onderbouwd is en overeenkomt met andere betrouwbare bronnen. Die laatste tip is zeker aangewezen wanneer je artificiële intelligentie gebruikt als informatiebron.

#### Enquêtes

Enquêtes zijn gestructureerde vragenlijsten die je kunt gebruiken om informatie van een steekproef van respondenten te verzamelen. Enquêtes kunnen worden uitgevoerd via verschillende kanalen zoals persoonlijke interviews, telefonische interviews, online enquêtes of schriftelijke vragenlijsten.

In een enquête kunnen verschillende soorten vragen voorkomen, afhankelijk van het doel van de enquête, de onderzoeksvraag en de gewenste informatie. Dit zijn enkele veelvoorkomende soorten vragen die je in een enquête kunt opnemen.

- Open vragen vereisen dat respondenten hun antwoorden in hun eigen woorden formuleren. Je zet ze in om diepgaande inzichten van respondenten te verkrijgen. Een nadeel is dat je de antwoorden niet gemakkelijk kunt verwerken en vergelijken.  
bv. Wat zijn volgens u de belangrijkste uitdagingen op ecologisch vlak waarmee bedrijf X momenteel wordt geconfronteerd?
- Bij gesloten vragen kunnen respondenten kiezen uit vooraf gedefinieerde antwoordopties. Er bestaan verschillende soorten gesloten vragen.

- Ja-nee vragen

bv. Vindt u dat de overheid tabaksreclame moet verbieden? ☐ ja ☐ nee

- Meerkeuzevragen

bv. Welk van de volgende maatregelen vindt u het belangrijkste voor een onderneming om duurzamer te worden?

- ☐ De CO<sub>2</sub>-uitstoot verminderen door hernieuwbare energiebronnen zoals zonne-energie of windenergie te gebruiken
- ☐ Afvalvermindering en recyclageprogramma's implementeren om afval te verminderen
- ☐ Ethische arbeidspraktijken, zoals eerlijke lonen, veilige arbeidsomstandigheden en het verbod op kinderarbeid bevorderen
- ☐ Investeren in groene technologie en innovaties in het productieproces om de ecologische voetafdruk te verminderen

- Likertschaalvragen

bv. Hoe tevreden bent u over onze klantenservice?

ERG TEVREDEN	TEVREDEN	NEUTRAAL	NIET TEVREDEN	HELEMAAL NIET TEVREDEN
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Rangschikkingsvragen

bv. Bij de aanschaf van een smartphone kunnen verschillende factoren een rol spelen. De factor die voor u de grootste rol speelt, geeft u het cijfer 1, de op een na belangrijkste factor een 2 ...

- ☐ De prijs moet laag zijn.
- ☐ Het merk moet bekend zijn.
- ☐ De smartphone moet duurzaam geproduceerd zijn.
- ☐ De service moet zeer goed zijn.
- ☐ De batterij moet lang meegaan.

- Demografische vragen verzamelen informatie over de demografische kenmerken van respondenten zoals leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, inkomen en etniciteit. Die informatie helpt bij het segmenteren van de respondenten en het analyseren van de resultaten op basis van verschillende demografische groepen.  
bv. Wat is uw leeftijdsgroep?

- Filtervragen worden alleen gesteld aan respondenten die – op basis van eerdere antwoorden – aan bepaalde criteria voldoen.

bv. Maakt u momenteel gebruik van sociale media voor uw bedrijfsmarketing? ☐ Ja ☐ Nee

Als een respondent ja antwoordt, krijgt hij vervolgvragen over zijn ervaringen, voorkeuren en strategieën met betrekking tot socialemediamarketing. Als een respondent nee antwoordt, kan de enquête naar een ander onderwerp springen of over alternatieve marketingkanalen die hij wel inzet, gaan. De filtervraag zorgt ervoor dat de volgende vragen voor de respondent relevant zijn waardoor de enquête efficiënter wordt en de respondent geen vragen moet beantwoorden die niet op hem van toepassing zijn.

Het is belangrijk om een combinatie van verschillende soorten vragen te gebruiken om uitgebalanceerde en uitgebreide gegevens te verkrijgen die de doelstellingen van de enquête ondersteunen.

### Interviews

Interviews zijn face-to-face- of virtuele gesprekken waarin een onderzoeker vragen stelt aan een respondent om informatie te verkrijgen. Virtuele gesprekken zoals videoconferenties, chats via andere online communicatieplatformen worden meer en meer gebruikt in zowel persoonlijke als professionele context omwille van de toegenomen beschikbaarheid van technologische middelen. Virtuele gesprekken bieden verschillende voordelen zoals flexibiliteit in planning, de mogelijkheid om op afstand te communiceren en kostenbesparing.



Een interview kan waardevolle informatie opleveren als het aan een aantal criteria voldoet.

- Het interview moet duidelijke doelstellingen hebben zodat zowel de interviewer als de respondent weten wat er van het gesprek verwacht wordt.
  - De vragen moeten relevant zijn voor het verkrijgen van de gewenste informatie en inzichten. Het is dan ook belangrijk om voldoende aandacht te besteden aan het opstellen van een vragenlijst.
  - Het interview moet een duidelijke structuur hebben met een logische volgorde van vragen.
  - De interviewer mag de antwoorden van de respondenten niet beïnvloeden door bijvoorbeeld suggestieve vragen te stellen.
- bv. Vindt u niet dat onze diensten van uitstekende kwaliteit zijn gezien de positieve feedback in de reviews?

### Focusgroepen

Focusgroepen zijn gestructureerde discussies met een kleine groep deelnemers onder leiding van een onderzoeker. Focusgroepen worden vaak gebruikt om diepgaande inzichten te verkrijgen over attitudes, meningen en percepties van deelnemers over een bepaald onderwerp. De deelnemers aan een focusgroep moeten zorgvuldig geselecteerd worden op basis van kenmerken die relevant zijn voor het onderzoek. Door elkaars meningen te horen en te reageren op elkaars standpunten kunnen deelnemers hun inzichten bijsturen of verfijnen. De gesprekleider moet ervoor zorgen dat alle deelnemers de kans krijgen om hun mening te geven en dat er geen personen zijn die het gesprek domineren.

### Observatie

Observatie houdt in dat je als onderzoeker gedrag, gebeurtenissen of situaties gaat waarnemen en registreren zonder tussenkomst van de respondent. Een observatie naar de duurzaamheid van een onderneming zou bijvoorbeeld kunnen zijn dat je tijdens een rondleiding in de onderneming vaststelt dat er op strategische plaatsen containers zijn opgesteld om afval te sorteren en dat er duidelijk gecommuniceerd wordt over het belang van afvalvermindering en recycling via posters.

## Explore 5— Hoe analyseer je gegevens op een efficiënte manier?

### Gegevens analyseren

Wanneer je voldoende informatie verzameld hebt, moet je die analyseren om een antwoord te kunnen formuleren op de onderzoeksvraag. Voor je met de analyse begint, is het belangrijk om de verzamelde informatie te organiseren en voor te bereiden. Controleer of er informatie ontbreekt en verifieer of de informatie nauwkeurig en volledig is.

Hoe je de informatie verwerkt, hangt af van de aard van de verzamelde gegevens en van de gebruikte onderzoeksmethode. Talige informatie verworven via literatuuronderzoek, interviews, focusgroepen ... kun je samenvatten. Bij cijfergegevens moet je wellicht nog bewerkingen uitvoeren en moet je de gegevens in tabellen en grafieken verwerken.

Een rekenblad biedt heel wat mogelijkheden om gegevens te verwerken. Kies het juiste grafiektype op basis van de aard van de gegevens die je wilt visualiseren en het verhaal dat je wilt vertellen.

- Een lijngrafiek gebruik je om trends in de tijd weer te geven. Het is handig om veranderende gegevens te tonen, zoals verkoopresultaten gedurende verschillende kwartalen.
- Een staafdiagram is geschikt om categorieën of groepen te gebruiken. Het wordt vaak gebruikt om categorische gegevens weer te geven zoals de verkoopcijfers van verschillende producten.
- Wanneer je de verdeling van delen in het geheel wilt weergeven, gebruik je best een cirkeldiagram. Het is geschikt om percentages of proporties te tonen, zoals de verdeling van het marktaandeel van verschillende bedrijven in een sector. Op die manier krijg je snel zicht op de verdeling van de markt.
- Een histogram wordt gebruikt om de verdeling van numerieke gegevens in verschillende intervallen te tonen, zoals leeftijdsgroepen in een populatie.
- Een spreidingsdiagram is geschikt om de relatie tussen twee variabelen weer te geven zoals de relatie tussen verkoopvolume en advertentie-uitgaven.



## Explore 6— Hoe formuleer je conclusies?

### Conclusie formuleren

Wanneer de informatie geanalyseerd is, kun je je conclusies formuleren. Het is belangrijk dat je de informatie die je via verschillende onderzoeksmethoden verzameld hebt, met elkaar in verband brengt en samenbrengt tot een geheel zodat het een antwoord biedt op de onderzoeksvraag. Wees nauwkeurig en specifiek wanneer je je conclusies formuleert. Vermijd vage of algemene uitspraken en baseer je conclusies op feiten die je met gegevens kunt ondersteunen. Gebruik tabellen, grafieken of andere visuele hulpmiddelen indien nodig om je conclusies te versterken.

Leg de conclusies naast de onderzoeksvraag en ga na of de onderzoeksvraag beantwoord is met de gegevens die je in je onderzoek hebt gevonden. Als je een hypothese hebt geformuleerd, moet je ook nagaan of die juist is. Als dat niet het geval is, probeer dan het verschil te verklaren.

Ga ook na of je conclusies betrouwbaar zijn, vergelijk je bevindingen met bestaande kennis op het gebied van je onderzoeksprobleem en omschrijf eventuele overeenkomsten, verschillen of lacunes in het onderzoek. Als blijkt dat er nog informatie ontbreekt om een volledig antwoord te kunnen bieden, moet er eventueel nog bijkomend onderzoek gebeuren.



Bronvermelding is altijd nodig wanneer je een fragment letterlijk citeert en / of verwijst naar ideeën van anderen. Anders pleeg je plagiaat. Op iDiddit vind je hoe je kunt refereren naar gebruikte bronnen volgens het wetenschappelijk referentiesysteem APA.

## Explore 7— Hoe kun je de onderzoeksresultaten delen met anderen?

### Onderzoeksresultaten delen

In de voorlaatste stap van een onderzoekscyclus rapporteer je over de resultaten van het onderzoek. In het onderzoeksplan heb je vastgelegd op welke wijze je de resultaten met anderen wilt delen. Soms wordt dat opgelegd door de leerkracht maar soms mag je zelf kiezen. Vaak wordt een schriftelijke rapportering gevraagd maar die kan ook op een creatieve manier bijvoorbeeld aan de hand van een posterpresentatie, een discussiemoment, een blog, een vlog, een visualisatie via een filmpje ...



Een schriftelijke rapportering bevat het best de volgende onderdelen.

- Inleiding
  - Beschrijf het onderwerp en de context van het onderzoek.
  - Formuleer de onderzoeksvragen en doelstellingen van het onderzoek.
- Methodologie
  - Beschrijf de gebruikte onderzoeksmethode(n).
  - Leg uit hoe de gegevens zijn verzameld, geef eventueel informatie over de steekproeftrekking en procedures.
- Resultaten
  - Presenteer de bevindingen van de gegevensanalyse op een duidelijke en gestructureerde manier.
  - Illustreer de resultaten aan de hand van tabellen, grafieken of andere visuele hulpmiddelen.
  - Wees beknopt maar grondig bij de presentatie van de belangrijkste bevindingen.
  - Vergelijk de bevindingen met eerdere studies en literatuur.
  - Bespreek eventuele beperkingen van het onderzoek en hoe die de interpretatie van de resultaten hebben beïnvloed.
- Conclusies
  - Formuleer conclusies op basis van de bevindingen van het onderzoek.
  - Benadruk de belangrijkste bevindingen en hoe die bijdragen aan het beantwoorden van de onderzoeksvraag.
- Referenties
  - Vermeld alle bronnen die zijn geraadpleegd en geciteerd tijdens het onderzoek volgens een gestandaardiseerde referentiestijl.
- Bijlagen
  - Voeg indien nodig bijlagen toe zoals een kopie van het enquêteformulier, interviewhandleidingen of tabellen met de ruwe gegevens.

Zorg ervoor dat het rapport goed gestructureerd en samenhangend is. Gebruik duidelijke taal en de nodige vakterminologie. Visuele ondersteuning kan helpen om de boodschap effectief over te brengen.

Je kunt je bevindingen ook delen via een presentatie. Die moet visueel aantrekkelijk zijn en de belangrijkste bevindingen en conclusies van het onderzoek duidelijk weergeven. Voor een goede presentatie kun je de volgende criteria hanteren.

- Geef je presentatie een duidelijke structuur met een inleiding, een overzicht van de onderzoeksvragen, de methodologie, de resultaten, discussie en conclusies. Dat helpt de luisteraar om de presentatie gemakkelijk te volgen.
- Wees beknopt in de tekst en vermijd een overdaad aan informatie. Gebruik korte zinnen, kernwoorden en bullets om de belangrijkste punten te benadrukken.
- Gebruik visuele elementen, zoals afbeeldingen en grafieken, om de inhoud van je presentatie te versterken. Zorg ervoor dat die visuele elementen relevant zijn voor de gepresenteerde informatie en dat ze de boodschap ondersteunen.
- Gebruik een consistente lay-out en stijl in je presentatie: een uniform lettertype, -grootte en een uniforme tekstkleur, evenals een consistente achtergrond en een consistent kleurenschema.
- Kies een lettertype dat ook van een afstand vlot leesbaar is. Zet de tekst groot genoeg om comfortabel te kunnen worden gelezen door het publiek.
- Zorg voor een duidelijke samenvatting en conclusie aan het einde van je presentatie waarbij je de belangrijkste bevindingen en conclusies van het onderzoek beknopt herhaalt.
- Indien nodig vermeld je relevante referenties of bronnen aan het einde van je presentatie voor verdere informatie.



Hieronder vind je enkele voorbeelden van veelgebruikte presentatiesoftware:

- Microsoft PowerPoint is waarschijnlijk de bekendste en meest gebruikte presentatiesoftware. PowerPoint biedt een breed scala aan functies, waaronder verschillende dia-indelingen, grafieken, diagrammen, animaties en overgangen.
- Google Slides is een online presentatietool die gratis toegankelijk is via een Google-account. Het biedt vergelijkbare functies als PowerPoint, inclusief het maken van dia's, het toevoegen van afbeeldingen en multimedia, en het delen en realtime samenwerken.
- Keynote is de presentatiesoftware van Apple, beschikbaar voor macOS en iOS-apparaten. Het biedt geavanceerde grafische mogelijkheden en sjablonen, evenals integratie met andere Apple-producten zoals iCloud en Apple Pencil.
- Prezi is een cloudgebaseerde presentatietool die zich onderscheidt door zijn zoomfunctie en niet-lineaire presentatiebenadering. In plaats van traditionele dia's gebruikt Prezi een groot canvas waarop je kunt inzoomen en uitzoomen op verschillende onderdelen van je presentatie.
- Canva is een grafische ontwerptool waarmee je niet alleen presentaties maar ook afbeeldingen, infographics en posters kunt maken. Canva biedt een breed scala aan sjablonen en ontwerpelementen om professioneel ogende presentaties te creëren.
- Zoho Show is een online presentatietool die vergelijkbare functies biedt als PowerPoint en Google Slides. Het stelt gebruikers in staat om samen te werken aan presentaties.

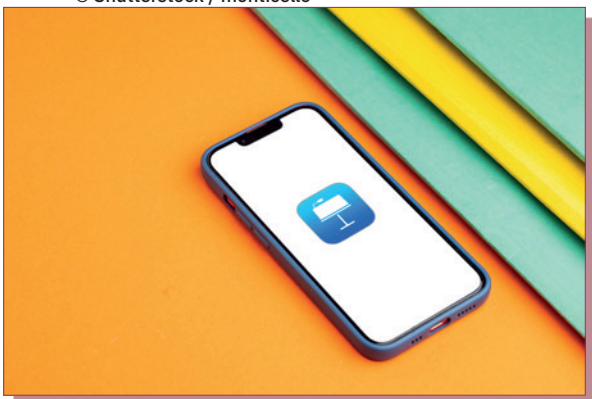
De keuze voor de juiste presentatiesoftware hangt af van je specifieke behoeften, voorkeuren en de functies die je nodig hebt voor je presentatie. Het is belangrijk om verschillende opties te verkennen en te experimenteren om te bepalen welke software het beste past bij jouw doelen en vereisten.



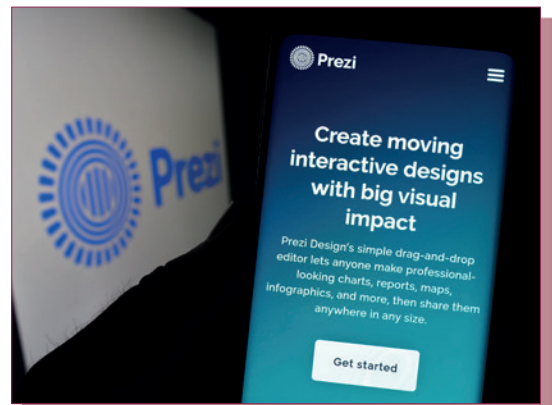
Naast een presentatie kun je ook een blog, een vlog of een videofilmje maken om je bevindingen van het onderzoek te delen. Op iDiddit vind je stappenplannen om daarmee aan de slag te gaan.



© Shutterstock / monticello



© Shutterstock / Photo For Everything



© Shutterstock / T. Schneider



© Shutterstock / monticello



## Explore 8— Hoe kun je op een efficiënte manier reflecteren over de uitvoering van het onderzoeksplan?

### Over de uitvoering reflecteren

Nadat je de onderzoekscyclus doorlopen hebt, is het ook belangrijk om te reflecteren over hoe het onderzoek verlopen is. Je beoordeelt het proces en formuleert wat je zou willen veranderen als je een gelijkaardig traject opnieuw zou doorlopen. Daarbij kun je aan zelf-, peer- en co-evaluatie doen. Denk na over hindernissen en bijstellingen die je wilt aanpakken. Als je het onderzoeksprobleem in groep hebt aangepakt, beoordeel je de samenwerking en reflecteer je over de uitvoering van het onderzoeksplan.

Om te reflecteren over je onderzoekscyclus kun je terugblikken op de oorspronkelijke onderzoeksvragen die je aan het begin van het onderzoek hebt gesteld. Denk na over hoe die vragen zijn geëvolueerd tijdens het onderzoek en of ze volledig zijn beantwoord door de uitgevoerde studie.

Kijk kritisch naar de onderzoeksmethode(n) die je hebt gebruikt om je onderzoek uit te voeren. Ga na of de gekozen methoden en technieken geschikt waren om je onderzoeksvragen te beantwoorden en of er misschien alternatieve methoden waren die beter hadden kunnen werken.



Reflecteer over de gegevens die je hebt verzameld en geanalyseerd tijdens je onderzoek. Beoordeel of de verzamelde gegevens voldoende waren om je onderzoeksvragen te beantwoorden en of je de juiste analysetechnieken hebt gebruikt om de gegevens te interpreteren.

Evalueer je resultaten, overweeg dan of die consistent zijn met je verwachtingen en hypothesen. Denk na over welke conclusies je uit je resultaten kunt trekken en of er eventuele onverwachte bevindingen zijn die verdere aandacht vereisen.

Wat zijn de sterke punten van je onderzoekscyclus, zoals bijvoorbeeld de nauwkeurigheid van de onderzoeksmethode of de relevantie van je resultaten? Wat zijn de zwakke punten en hoe kun je die in de toekomst verbeteren?

Noteer je reflectie over de onderzoekscyclus. Die kun je in je onderzoeksrapport opnemen of als een apart document. Het kan ook nuttig zijn om je reflectie te delen met de medeleerlingen om feedback te krijgen en nieuwe inzichten te verwerven.

Op deze manier reflecteren op je onderzoekscyclus, kan je helpen om je onderzoeksvaardigheden te verbeteren en toekomstige onderzoeksprojecten efficiënter aan te pakken.

## → TO THE POINT

Onderzoekskompetentie is de vaardigheid om systematisch en methodisch informatie te verzamelen, te analyseren, te evalueren en te interpreteren om een specifiek doel te bereiken. Die competentie omvat vaardigheden zoals kritisch denken, probleemoplossend denken, het vermogen om relevante informatie te vinden, te beoordelen en te verwerken, en het vermogen om conclusies te trekken op basis van verzamelde gegevens.

De volgende aspecten maken deel uit van een onderzoekskompetentie.

- De vaardigheden die nodig zijn om relevante informatie te vinden en te verzamelen uit verschillende bronnen, waaronder literatuur, wetenschappelijke artikelen, databases, interviews, enquêtes, observaties ...
- De informatie moet kritisch geëvalueerd en geanalyseerd worden waarbij rekening wordt gehouden met de betrouwbaarheid, nauwkeurigheid, relevantie en geloofwaardigheid van de bronnen en gegevens.
- De duidelijke formulering van onderzoeksvragen moet bijdragen tot het beantwoorden van de belangrijkste problemen of vraagstukken die moeten worden aangepakt in het onderzoek.
- Er moet ook een geschikte onderzoeksmethode gekozen worden om de onderzoeksvragen te beantwoorden en de gestelde doelen te bereiken. Dat kan ook een combinatie van verschillende onderzoeksmethoden zijn.
- De vaardigheden die nodig zijn om de verzamelde gegevens te interpreteren, trends en patronen te identificeren, verbanden te leggen en conclusies te trekken op basis van de analyse van de gegevens.
- Na de analyse moeten de onderzoeksresultaten op een duidelijke, gestructureerde en overtuigende manier gedeeld worden met anderen. Dat kan zowel mondeling als schriftelijk.



## → CHECKLIST

Duid aan of je de onderstaande vaardigheden voldoende beheerst.

	JA	KAN BETER	EXTRA OEFENMATERIAAL
1 Ik kan me oriënteren op het onderzoeksprobleem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
2 Ik kan het onderzoeksprobleem afbakenen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
3 Ik kan hoofd- en deelvragen formuleren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
4 Ik kan een geschikte onderzoeksmethode bepalen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
5 Ik kan gegevens en bronnen verzamelen in functie van de gekozen onderzoeksmethode.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
6 Ik kan een onderzoeksplan opstellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
7 Ik kan gegevens en bronnen verwerken in functie van de gekozen onderzoeksmethode.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
8 Ik kan de onderzoeksresultaten synthetiseren en een antwoord op de onderzoeksvraag formuleren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
9 Ik kan mondeling of schriftelijk rapporteren over de onderzoeksactiviteiten en -resultaten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
10 Ik kan refereren aan gebruikte bronnen volgens een wetenschappelijk referentiesysteem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
11 Ik kan reflecteren over het onderzoeksproces.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____



# INHOUDSOPGAVE

## THEMA 1: BOEKHOUDEN EN FINANCIËEL BEHEER

<b>LEVEL 1—</b>	Hoe verloopt het debiteurenbeheer in een onderneming?	8
<i>Explore 1—</i>	Wat legt de wet op met betrekking tot laattijdige betalingen?	10
<i>Explore 2—</i>	Hoe kun je als onderneming je debiteuren opvolgen?	13
<i>Explore 3—</i>	Hoe verwerk je een oninbare factuur in de boekhouding?	16
<i>Action 1—</i>	Ken jij de wetgeving in verband met de betalingsachterstand?	23
<i>Action 2—</i>	Kun je een oninbare factuur verwerken in de boekhouding?	25
<b>LEVEL 2—</b>	Hoe registreer je inventarisverrichtingen in de boekhouding?	29
<i>Explore 1—</i>	Wat zijn regularisatieboekingen?	31
<i>Explore 2—</i>	Hoe registreer je afschrijvingen in de boekhouding?	35
<i>Explore 3—</i>	Hoe registreer je een voorraadwijziging in de boekhouding?	42
<i>Explore 4—</i>	Hoe registreer je de regularisatieboeking in verband met de schulden op meer dan een jaar in de boekhouding?	45
<i>Explore 5—</i>	Hoe registreer je kasverschillen in de boekhouding?	49
<i>Explore 6—</i>	Hoe registreer je de regularisatieboekingen in verband met de resultatenrekening?	50
<i>Explore 7—</i>	Hoe registreer je voorzieningen en provisies in de boekhouding?	57
<i>Action 1—</i>	Kun jij de regularisatieboekingen registreren op basis van de voorlopige proef- en saldibalans en inventaris?	65
<i>Action 2—</i>	Kun je de regularisatieboekingen in verband met opbrengsten en kosten registreren in de boekhouding van Decathlon.edu?	73
<i>Action 3—</i>	Kun je een voorziening registreren in de boekhouding?	78
<i>Action 4—</i>	Kun je regularisatieverrichtingen registreren in de boekhouding?	80
<b>LEVEL 3—</b>	Hoe verwerk je het resultaat van de vennootschap?	82
<i>Explore 1—</i>	Hoe registreer je de provisie in verband met de belastingen in de boekhouding?	85
<i>Explore 2—</i>	Wat kan een vennootschap met haar winst doen?	90
<i>Explore 3—</i>	Hoe verwerk je de winstverdeling in de boekhouding?	92
<i>Explore 4—</i>	Hoe stel je de jaarrekening op?	98
<i>Action 1—</i>	Kun jij de fiscale provisie van Decathlon.edu registreren in de boekhouding?	107
<i>Action 2—</i>	Kun jij de resultaatbepaling van Decathlon.edu berekenen?	109
<i>Action 3—</i>	Kun jij de resultaatverwerking van Decathlon.edu registreren in de boekhouding?	110
<i>Action 4—</i>	Kun jij de resultaatbepaling registreren in de boekhouding?	113
<b>LEVEL 4—</b>	Hoe beoordeel je cijfers van een onderneming aan de hand van ratio's?	115
<i>Explore 1—</i>	Beschikt de onderneming over voldoende middelen om haar schulden op korte termijn terug te betalen?	116
<i>Explore 2—</i>	Hoe beïnvloeden het nettobedrijfskapitaal of het werkkapitaal de liquiditeitspositie van een onderneming?	118
<i>Explore 3—</i>	Wat kun je afleiden uit de behoefte aan nettobedrijfskapitaal en de nettokaspositie?	119
<i>Explore 4—</i>	Betalen klanten tijdig hun facturen?	120
<i>Explore 5—</i>	Betaalt de onderneming tijdig haar leveranciers?	121
<i>Explore 6—</i>	Wat geven de omloopsnelheid en omlooptijd van de voorraad handelsgoederen, gronden hulpstoffen weer?	122
<i>Explore 7—</i>	Wanneer kan een onderneming haar schulden op lange termijn terugbetalen?	124
<i>Explore 8—</i>	Wat geeft de rentabiliteit van een onderneming weer?	125
<i>Explore 9—</i>	Wat is rentabiliteit van het totaalvermogen?	126
<i>Explore 10—</i>	Waarvoor staan EBIT en EBITDA?	127
<i>Explore 11—</i>	Is er een verband tussen liquiditeit, solvabiliteit en rentabiliteit?	129
<i>Action 1—</i>	Kun jij de liquiditeit van een onderneming berekenen en beoordelen?	135
<i>Action 2—</i>	Kun jij de nettokaspositie berekenen en beoordelen?	135
<i>Action 3—</i>	Wat is de solvabiliteit van een onderneming?	135
<i>Action 4—</i>	Wat geven de REV en de RTV weer?	136
<i>Action 5—</i>	Zie je het verband tussen verschillende ratio's?	136
<i>Action 6—</i>	Kun je het klanten- en leverancierskrediet berekenen?	137
<i>Action 7—</i>	Hoe bereken je de omloopsnelheid van de voorraad?	137
<i>Action 8—</i>	Kun jij de EBITDA berekenen?	137
<i>Action 9—</i>	Hoe interpreteer je de EBITDA?	138
<i>Action 10—</i>	Kun je de onderneming in haar geheel beoordelen?	138
<i>Action 11—</i>	Heb jij inzicht in de verschillende ratio's?	138
<b>LEVEL 5—</b>	Wat geven de verticale en horizontale analyse weer?	141
<i>Explore 1—</i>	Wat geeft de verticale analyse van de jaarrekening weer?	142
<i>Explore 2—</i>	Wat geeft de horizontale analyse van de jaarrekening weer?	144
<i>Action 1—</i>	Hoe belangrijk zijn de rubrieken van de balans van Plopsaland?	147

<i>Action 2</i> —	Hoe evolueren de rubrieken van de balans en resultatenrekening van Plopsaland?	147
<i>Action 3</i> —	Kun je de samenstelling van de balans grafisch weergeven?	147
<i>Action 4</i> —	Welke conclusies kun je trekken uit de verticale analyse van Plopsaland?	148
<i>Action 5</i> —	Welke conclusies kun je trekken uit de horizontale analyse van Plopsaland?	148

## THEMA 2: SOCIAAL OVERLEG

<b>LEVEL 1</b> —	Welke rol spelen sociale verkiezingen in de samenstelling van de overlegorganen?	4
<i>Explore 1</i> —	Wat zijn werknemersorganisaties?	6
<i>Explore 2</i> —	Wat zijn sociale verkiezingen?	7
<i>Explore 3</i> —	Hoe verlopen sociale verkiezingen?	9
<i>Action 1</i> —	Welke kleur hoort bij welke vakbond?	12
<i>Action 2</i> —	Kiezen jongeren nog voor een vakbond?	12
<i>Action 3</i> —	Hoe verloopt de verkiezingsprocedure?	14
<i>MORE</i> <i>Action 4</i> —	Welke specifieke begrippen gebruik je bij het sociaal overleg?	14
<b>LEVEL 2</b> —	Wat is de rol van werknemers- en werkgeversorganisaties bij het afsluiten van cao's?	17
<i>Explore 1</i> —	Hoe verloopt het sociaal overleg op nationaal niveau?	18
<i>Explore 2</i> —	Hoe verloopt het sociaal overleg op sectoraal niveau?	20
<i>Explore 3</i> —	Hoe gebeurt sociaal overleg in ondernemingen?	22
<i>Explore 4</i> —	Bestaat er een Europese samenwerking voor sociaal overleg?	22
<i>Action 1</i> —	Vrede of sociale onrust?	25
<i>Action 2</i> —	Is er een voorrangregeling in het recht?	25
<i>Action 3</i> —	Kun jij de werknemers aan de juiste sector koppelen?	25
<i>Action 4</i> —	Kun jij het niveau van onderhandelen bepalen?	26
<i>Action 5</i> —	Welke acties zijn er op Europees niveau?	26
<b>LEVEL 3</b> —	Wat is de invloed van minimumlonen, barema's en loonindexering op individuele loonafspraken?	28
<i>Explore 1</i> —	Wat zijn de minimumlonen en barema's?	29
<i>Explore 2</i> —	Hoe verloopt de loonindexering en wat zijn de gevolgen?	31
<i>Action 1</i> —	Hoeveel verdien je in de sociale sector?	34
<i>Action 2</i> —	Hoeveel verdien je bij de Vlaamse Overheid?	34
<i>Action 3</i> —	Zijn er alternatieven voor de automatische loonindexering?	35
<i>Action 4</i> —	Moeten de lonen aangepast worden?	35
<i>MORE</i> <i>Action 5</i> —	Heb jij recht op een koopkrachtpremie?	36
<b>LEVEL 4</b> —	Hoe worden nettolonen en premies berekend?	38
<i>Explore 1</i> —	Hoe wordt het basisloon berekend?	39
<i>Explore 2</i> —	Welke invloed hebben extralegale voordelen op het loon?	43
<i>Explore 3</i> —	Hoe komt de eindejaarspremie tot stand?	45
<i>Explore 4</i> —	Hoe wordt het groeipakket berekend?	46
<i>Explore 5</i> —	Hoe wordt een werkloosheidsuitkering berekend?	48
<i>Action 1</i> —	Hoe bereken je het nettoloon van een werknemer?	52
<i>Action 2</i> —	Welke invloed hebben extralegale voordelen op je loon?	53
<i>Action 3</i> —	Ken jij de verschillende extralegale voordelen?	54
<i>Action 4</i> —	Weet jij wat er onderworpen is aan RSZ of aan bedrijfsvoorheffing?	55
<i>Action 5</i> —	Hoe bereken je een groeipakket?	55
<i>Action 6</i> —	Hoe bereken je een werkloosheidsuitkering?	55
<b>LEVEL 5</b> —	Met welke sociale documenten moet een onderneming in orde zijn?	57
<i>Explore 1</i> —	Wat zijn sociale documenten en wie moet ze opstellen en bijhouden?	59
<i>Explore 2</i> —	Wat moet er geregistreerd worden in de sociale documenten?	61
<i>Explore 3</i> —	Wat doet de Sociale Inspectie?	66
<i>Explore 4</i> —	Wat zijn de documenten voor sociale risico's en hoe verloopt de informatieoverdracht naar de overheid?	70
<i>Action 1</i> —	Welke vormen van sociale fraude kunnen er voorkomen?	73
<i>Action 2</i> —	Hoe hoog kunnen de boetes oplopen als de Sociale Inspectie inbreuken vaststelt?	74
<i>Action 3</i> —	Wat als je sociale documenten niet in de juiste taal opgesteld werden?	76
<i>Action 4</i> —	Waarvoor dient de Dimona?	77
<i>Action 5</i> —	Hoe vul je een ASR in?	78

## THEMA 3: ONDERNEMINGSPLAN

<b>LEVEL 1</b> —	Hoe ziet de customer journey eruit?	4
<i>Explore 1</i> —	Wat is een customer journey?	5
<i>Explore 2</i> —	Wat is functionele en emotionele klantbeleving?	6
<i>Explore 3</i> —	Wat is een buyer persona?	8

<i>Explore 4</i>	Wat is stap 1 van de customer journey?	9
<i>Explore 5</i>	Wat is stap 2 van de customer journey?	10
<i>Explore 6</i>	Wat is stap 3 van de customer journey?	11
<i>Explore 7</i>	Wat is stap 4 van de customer journey?	12
<i>Explore 8</i>	Wat is stap 5 van de customer journey?	14
<i>Action 1</i>	Kun je de mogelijke touchpoints aanduiden?	16
<i>Action 2</i>	Hoe zorg je in elke fase voor zichtbaarheid van jouw onderneming, product of merk?	20
<b>LEVEL 2</b>	Wat zijn marketing en marketingstrategie?	22
<i>Explore 1</i>	Wat is marketing?	23
<i>Explore 2</i>	Wat is een marktgerichte marketingstrategie?	25
<i>Explore 3</i>	Wat is marktsegmentatie?	26
<i>Explore 4</i>	Wat is targeting?	28
<i>Explore 5</i>	Wat zijn differentiatie en positionering?	30
<i>Explore 6</i>	Wat zijn de instrumenten van de marketingmix?	32
<i>Action 1</i>	Case study doorheen de Levels over een bekende onderneming – marketingstrategie	36
<i>Action 2</i>	De strategie van Zara	37
<i>Action 3</i>	Positionering van merken	37
<i>Action 4</i>	Unique selling proposition	38
<b>LEVEL 3</b>	Wat houdt productbeleid in?	39
<i>Explore 1</i>	Hoe ziet het assortiment van een onderneming eruit?	40
<i>Explore 2</i>	Welke productniveaus zijn er?	41
<i>Explore 3</i>	Wat zijn duurzame en niet-duurzame producten?	42
<i>Explore 4</i>	Welke soorten consumentengoederen zijn er?	44
<i>Explore 5</i>	Wat is merkbeleid?	45
<i>Explore 6</i>	Hoe kan een onderneming haar product- en merkbeleid aanpassen?	49
<i>Explore 7</i>	Waarom is verpakking belangrijk?	50
<i>Action 1</i>	Case study doorheen de Levels – productbeleid van de gekozen onderneming	54
<i>Action 2</i>	Breedte en diepte van het assortiment tussen winkels	54
<i>Action 3</i>	Indeling producten	55
<i>Action 4</i>	Meerdere merken onder één dak	57
<b>LEVEL 4</b>	Hoe ziet de productlevenscyclus eruit?	59
<i>Explore 1</i>	Hoe verloopt de levenscyclus van een product?	60
<i>Explore 2</i>	Hoe beïnvloedt de productlevenscyclus de marketingstrategie?	63
<i>Action 1</i>	Welke producten bevinden zich in welke fase van de productlevenscyclus?	66
<i>Action 2</i>	Kun je de productlevenscyclus ook toepassen op stijl, mode en rages?	67
<i>Action 3</i>	Kun je een marketingstrategie aan een fase van de productlevenscyclus koppelen?	69
<i>Action 4</i>	Ken jij de verschillende fasen van de productlevenscyclus?	70
<i>Action 5</i>	In welke fase zitten de producten of diensten?	71
<b>LEVEL 5</b>	Hoe ziet het prijsbeleid van een onderneming eruit?	73
<i>Explore 1</i>	Wat zijn de belangrijkste prijszettingsstrategieën?	74
<i>Explore 2</i>	Hoe pas je als onderneming de cost-plus pricing toe?	76
<i>Explore 3</i>	Op welke manier bepaalt de doelstelling van de onderneming de prijs?	77
<i>Explore 4</i>	Welke andere factoren beïnvloeden de prijszetting?	78
<i>Explore 5</i>	Welke prijsstrategieën zijn er om een nieuw product op de markt te brengen?	79
<i>Explore 6</i>	Hoe bepaalt een onderneming haar prijs op basis van de break-evenanalyse?	81
<i>Explore 7</i>	Welke prijsaanpassingsstrategieën zijn er?	83
<i>Action 1</i>	Case study doorheen de Levels – prijsbeleid van de gekozen onderneming	85
<i>Action 2</i>	Prijsdiscriminatie	86
<i>Action 3</i>	Prijsvergelijking	87
<i>Action 4</i>	Verkoopprijs	89
<b>LEVEL 6</b>	Wat is plaatsbeleid?	91
<i>Explore 1</i>	Wat zijn distributiekkanalen?	92
<i>Explore 2</i>	Welke intensiteit van distributie kan een onderneming kiezen?	93
<i>Explore 3</i>	Welke soorten detailhandels zijn er?	95
<i>Explore 4</i>	Wat is e-commerce in een notendop?	96
<i>Explore 5</i>	Wat zijn single channel, multichannel en omnichannel?	99
<i>Action 1</i>	Case study doorheen de Levels – distributiebeleid van de gekozen onderneming	101
<i>Action 2</i>	Voordelen van e-commerce	102
<i>Action 3</i>	Ondernemingen die aan omnichannel doen	102
<i>Action 4</i>	The future of retail	102



<b>LEVEL 7—</b>	Wat is promotiebeleid?	104
<i>Explore 1—</i>	Wat zijn de traditionele promotievormen?	105
<i>Explore 2—</i>	Waarvoor worden een website en e-mail gebruikt?	106
<i>Explore 3—</i>	Hoe kan een zoekmachine helpen om promotie te voeren?	107
<i>Explore 4—</i>	Wat is affiliate marketing?	109
<i>Explore 5—</i>	Welke sociale media zet je in om promotie te voeren?	111
<i>Explore 6—</i>	Wat is e-marketing?	114
<i>Action 1—</i>	Case study doorheen de Levels – promotiebeleid van de gekozen onderneming	116
<i>Action 2—</i>	Verschillen tussen de traditionele reclamevormen	116
<i>Action 3—</i>	Inzet van sociale media	117
<i>Action 4—</i>	De frequentie van reclame	117
<i>Action 5—</i>	Lokale ondernemingen en onlinemarketing	118
<i>Action 6—</i>	Marketing	118
<b>LEVEL 8—</b>	Wat is het belang van branding?	120
<i>Explore 1—</i>	Wat is branding?	121
<i>Explore 2—</i>	Wat is employer branding of corporate branding?	122
<i>Explore 3—</i>	Hoe kan een ondernemer een goede employer brand creëren?	124
<i>Explore 4—</i>	Hoe belangrijk is employer branding voor de onderneming?	126
<i>Explore 5—</i>	Welke zijn de beste Belgische employer brands?	128
<i>Action 1—</i>	Wat is de kracht van een brand?	129
<i>Action 2—</i>	Brand loyalty: zijn Apple en Nike ons brein binnengedrongen?	130
<i>Action 3—</i>	Wat is de relatie tussen een employer brand en de situatie op de werkvloer?	131
<i>Action 4—</i>	Wat is de EVP en wat zijn de essentiële elementen van EVP?	133
<i>Action 5—</i>	Welk soort bedrijf is Glassdoor?	134
<i>Action 6—</i>	Welke employer brand spreekt jou het meeste aan?	134
<b>LEVEL 9—</b>	Hoe stel je een financieel plan voor een onderneming op?	136
<i>Explore 1—</i>	Hoe stel je een investeringsplan op?	138
<i>Explore 2—</i>	Hoe stel je een financieringsplan op?	141
<i>Explore 3—</i>	Hoe maak je een exploitatiebegroting?	141
<i>Explore 4—</i>	Hoe maak je een liquiditeitsplan?	141
<i>Action 1—</i>	Kun je de investeringsbehoefte berekenen?	142
<i>Action 2—</i>	Kun je de financieringsbehoefte realistisch inschatten?	143
<i>Action 3—</i>	Kun jij zelf een financieel plan uitwerken?	144
<b>LEVEL 10—</b>	Hoe voer je een kostprijsberekening om de verkoopprijs te bepalen?	146
<i>Explore 1—</i>	Wat houdt kostprijsbeleid in?	147
<i>Explore 2—</i>	Wat is een kostenobject?	148
<i>Explore 3—</i>	Wat is het verschil tussen constante en variabele kosten?	150
<i>Explore 4—</i>	Wat is het verschil tussen directe en indirecte kosten?	155
<i>Re-explore 5—</i>	Hoe voer je een break-evenanalyse uit?	157
<i>Explore 6—</i>	Wat is de contributiemarge?	159
<i>Explore 7—</i>	Wat zijn de eenheidskosten?	160
<i>Explore 8—</i>	Hoe voer je een kostprijsberekening volgens de eenvoudige opslagmethode?	161
<i>Explore 9—</i>	Wat zijn de kostencentramethode en de kosten-verdeelstaat?	164
<i>Explore 10—</i>	Wat is de fabricagekostprijs en de verkoopkostprijs?	167
<i>Explore 11—</i>	Hoe bereken je nu de verkoopprijs?	168
<i>Action 1—</i>	Zijn de kosten direct of indirect en vast of variabel?	172
<i>Action 2—</i>	Hoe breid je je kennis over kosten uit?	173
<i>Action 3—</i>	Hoe pas je de eenvoudige opslagmethode toe om indirecte kosten te verdelen?	173
<i>Action 4—</i>	Hoe stel je de kostenverdeelstaat op van de zetelproducent?	176
<i>Action 5—</i>	Hoe stel je de kostenverdeelstaat op van de wafelproducent?	177

#### THEMA 4: ONDERZOEKSCOMPETENTIES

<b>LEVEL 1—</b>	Hoe los je een onderzoeksvraag op?	4
<i>Explore 1—</i>	Wat houdt de oriëntatie op het onderzoeksprobleem in?	5
<i>Explore 2—</i>	Waarom moet een goede onderzoeksvraag of een hypothese voldoen?	6
<i>Explore 3—</i>	Hoe ontwikkel je een onderzoeksplan?	8
<i>Explore 4—</i>	Hoe verzamel je gegevens op een efficiënte manier?	10
<i>Explore 5—</i>	Hoe analyseer je gegevens op een efficiënte manier?	13
<i>Explore 6—</i>	Hoe formuleer je conclusies?	14
<i>Explore 7—</i>	Hoe kun je de onderzoeksresultaten delen met anderen?	14
<i>Explore 8—</i>	Hoe kun je op een efficiënte manier reflecteren over de uitvoering van het onderzoeksplan?	17