

# LEERACTIVITEIT

## ‘Is het bedrijf levensvatbaar?’

### Ent-teach module 3 - Marktonderzoek



### Beschrijving van de leeractiviteit

Deze leeractiviteit is bedoeld voor MBO leerlingen die Module 2 (Kansen Herkennen) en 3 (Marktanalyse) hebben afgerond. Dit is een voortzetting van de leeractiviteit geïntroduceerd in Module 2, de leerlingen zullen een marktanalyse uitvoeren van het bedrijfsidee dat in de leeractiviteit bij Module 2 is uitgekozen als de beste optie.

### Het doel is om te bepalen of het gekozen idee levensvatbaar is.

De belangrijkste componenten van deze leeractiviteit zijn:

- Leerlingen een uitdaging bieden om te overwinnen
- Leerlingen in een praktijksituatie te brengen
- Een activiteit bieden die invloed heeft op het leven van de leerling na afloop van zijn/haar schoolcarrière.
- Het aanmoedigen van leerlingen om obstakels te overwinnen
- Om de leerlingen voor te bereiden om te werken in omstandigheden van onzekerheid, een essentieel onderdeel bij de opzet van een nieuw bedrijf

De opdrachten die de leerlingen moeten volbrengen bevatten een combinatie van elementen gecoördineerd door de docent:

- Klasse debat
- Groepsoverleg
- Gecoördineerd informatie verzamelen in werkgroepen
- Analyse van informatie
- Gegevens structureren
- Conversie van ruwe data naar relevante informatie om beslissingen te nemen
- Samenwerking en coördinatie
- Onderhandeling en tot overeenstemming komen
- Presentaties voor de klas en de leerkracht

De leeractiviteit zal worden uitgevoerd in vijf fasen:

1. De klas kiest het meest geschikte bedrijfsidee.
2. De klas discussieert over op welk segment het bedrijf zich zal richten.
3. In kleinere werkgroepen wordt een deel van de algemene analyse uitgevoerd.
4. Elke werkgroep zal de resultaten van haar analyse presenteren aan de rest van de klas.
5. Ten slotte zal de klas de kansen & bedreigingen matrix opstellen.

## Probleem

De levensvatbaarheid van een bedrijf is afhankelijk van verschillende factoren, waaronder de marktvoorwaarden en hoe het bedrijf wordt ontvangen door potentiële gebruikers van de diensten of producten die zij aanbiedt.

Om een beter begrip van de inhoud van deze module te krijgen, worden de leerlingen gevraagd om de haalbaarheid van een bedrijf op basis van externe factoren en de markt te identificeren en hierbij de opgedane kennis toe te passen op een praktijksituatie.

Realisme in deze activiteit is van cruciaal belang de levensvatbaarheid van een bedrijf goed vast te stellen, omdat dit niet volledig objectief beoordeeld kan worden. Hoewel een groot deel van de informatie kan worden verzameld en geanalyseerd over concurrentie en de markt, is de beslissing uiteindelijk aan de ondernemer of hij/zij het bedrijf start of niet. Met andere woorden, de gegevens kunnen helpen om de kansen en bedreigingen van bedrijven te verduidelijken, maar risico blijft er altijd, ondanks alle uitgevoerde analyses.

Deze activiteit draait juist om deze kwestie en zet leerlingen in de positie voor het maken van een beslissing die risico met zich meebrengt.

## Tijdspad

De activiteit volgt op de theorie behandeld in module 3 en de leeractiviteit in module 2. Leerlingen hebben dan al de kans gehad om te werken met de kernbegrippen met betrekking tot marktanalyse en hebben reeds een bedrijf met potentieel geselecteerd.

De tijd die nodig is om deze leeractiviteit te voltooien is 6 uur.

## Doelgroep

De doelgroep van deze leeractiviteit zijn MBO-leerlingen die module 2 en 3 van Ent-teach hebben doorgenomen.

## Doelstellingen

De algemene doelstelling van deze leeractiviteit is om leerlingen te voorzien van een realistische ervaring door middel van het verzamelen van relevante gegevens die als basis kunnen dienen om een besluit te nemen over de potentiële levensvatbaarheid van een nieuwe onderneming.

De afzonderlijke elementen van deze algemene doelstelling zijn:

- Om secundaire informatiebronnen vinden voor de analyse van de omgeving en de markt
- Om het vermogen te ontwikkelen om informatie te reorganiseren en presenteren in een vorm die begrijpelijk en nuttig is voor het nemen van beslissingen
- De vaardigheid om te debatteren en het maken van gezamenlijke presentaties met andere leden van de klas te ontwikkelen
- Om communicatie en actieve luistervaardigheden te ontwikkelen
- Om initiatief en betrokkenheid die nodig zijn voor het werken in groepen te ontwikkelen

## Resultaten

Na afloop van de leeractiviteit zullen leerlingen het volgende hebben bereikt:

- Zij zullen directe ervaring hebben opgedaan met verschillende secundaire bronnen voor het verzamelen van gegevens.
- Zij zullen het belang van het verzamelen van gegevens voor het opzetten van een nieuw bedrijf hebben geleerd.
- Ze hebben een beter begrip hebben van hoe je een SWOT-analyse maakt.
- Zij zullen hebben ervaren hoe de beslissing te maken of een bedrijfsidee levensvatbaar is of niet

## Evaluatie

### Evaluatie van het proces

De leerkracht moet tijdens de leeractiviteit de vorderingen van de leerlingen monitoren en eventueel bijsturen om ervoor te zorgen dat de leerdoelen behaald worden.

### Eindevaluatie

De eindevaluatie zal bestaan uit een discussie in de klas over de verzameling van de gegevens, de analyse, de geschiktheid van de werkwijze, en het nut van het hebben van objectieve informatie over de markt om te bepalen of een bedrijf levensvatbaar is of niet.

## Technologie

ICT is benodigd voor het raadplegen van secundaire bronnen en het verzamelen van data. Softwareprogramma's zijn nodig om de data om te zetten in waardevolle gegevens t.b.v. de marktanalyse.

## Methoden

De leeractiviteit is gebaseerd op:

1. Coöperatief leren. Een formeel coöperatieve-leerstructuur met werkgroepen en een informeel samenwerkingsverband-leerstructuur met klassikale deelname aan activiteiten.
2. Ervaringsleren, gericht op het opleiden en het transformeren van leerlingen op basis van hun individualiteit, vaardigheden, leiderschap en besluitvorming capaciteit. Deze methode omvat ook de relaties met andere personen in de vorm van een harmonieuze samenwerking, effectieve communicatie, de vorming van werkgroepen, het bewustzijn van regelgeving, en empowerment van persoonlijke en culturele waarden van de leerlingen.

Deze combinatie maakt het mogelijk om kennisverwerving te verankeren via de volgende vier stijlen van leren:

1. Actieve studenten die informatie beter begrijpen nadat ze het ervaren hebben door hun eigen acties of uit hebben gelegd aan anderen wat ze hebben geleerd.
2. Sensorische leerlingen die feiten en specifieke, concrete gegevens verkiezen. Voor deze studenten zal leren worden vergemakkelijkt door de toepassing van werkelijke en specifieke gegevens.
3. Visuele leerlingen die zich zaken het best herinneren door observatie. Deze studenten krijgen de kans om te observeren tijdens het proces van het zoeken naar gegevens en presenteren aan de klas.
4. Sequentiële leerlingen die leren het beste wanneer het leerproces duidelijk gestructureerd is, met behulp van logische en geordende informatie.

Een combinatie van methoden worden toegepast om de leeractiviteit uit te voeren:

1. Onderzoek naar en verwerken van informatie binnen een bepaalde tijd. Dit stelt leerlingen bloot aan grote hoeveelheden content in een korte tijd.
2. Gestructureerde discussie die interactie en de uitwisseling van ideeën mogelijk maakt om het leerproces te bevorderen. De docent zal zich richten op de specifieke leerdoelen.
3. Groepsdiscussie ter stimulering en vergroting van interesse in het onderwerp onder leerlingen.
4. Onderhandelen, actief luisteren en respect voor de standpunten van de andere deelnemers vraagt van leerlingen om compromissen te sluiten, enkele van hun eigen punten te laten vallen en de punten van anderen te accepteren.

### Docenten

Deze activiteit moet worden geleid door een docent met marketingkennis en ervaring in het onderzoeken en analyseren van marktinformatie.

De leraar moet ook in staat zijn:

- Samenwerking in groepjes te stimuleren
- Deelnemers te motiveren
- Onderhandelingen te leiden en te begeleiden voorafgaand aan het maken van een beslissing
- Gelijke deelname van leerlingen aan de leeractiviteit te bevorderen.

### Middelen

De middelen die nodig zijn die algemeen beschikbaar in een klaslokaal, specifiek o.a.:

- Een computer met internet voor elk groepje leerlingen
- Een whiteboard met kleurstiften voor elke werkgroep
- Een projector/beamer en een presentatiescherm
- Pen en papier voor elke deelnemer

Het meubilair in de klas moet verplaatsbaar zijn, zodat de opstelling kan worden aangepast aan de verschillende activiteiten.