



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Het maken van contextopdrachten (2)

Kneppers, L.

Publication date

2018

Document Version

Final published version

Published in

Factor D : Kwartaalblad voor het Economie-onderwijs en zijn Didactiek

License

Unspecified

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Kneppers, L. (2018). Het maken van contextopdrachten (2). *Factor D : Kwartaalblad voor het Economie-onderwijs en zijn Didactiek*, 36(3), 16-17.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Kader 4: opdracht mentorles

Gesprekken over hun studiekeuze zijn voor vele leerlingen niet hun favoriete mentorgesprek. Sommigen zijn totaal zeker van wat ze gaan doen: 'Ik word dokter.' Maar de meesten zeggen iets in het kader van 'ik heb geen idee' of 'iets waar je veel geld mee verdient'. Om dit te doorbreken laat ik mijn leerlingen tijdens een mentorles een fictief LinkedIn-profiel aanmaken. Ik laat op het digibord een aantal LinkedInprofielen zien, van mezelf, collega's, oud-leerlingen en BN'ers, en geef een format op papier. De centrale vraag is: hoe ziet jouw LinkedIn-profiel er over 30 jaar uit? Leerlingen zitten in groepjes en mogen overleggen. In het begin wordt er veel gelachen 'ik word minister-president' maar al snel wordt het serieuzer, want welke opleiding heb je daarvoor nodig. Indien nodig loop je bij de groepjes langs en stel je wat vragen om ze op weg te helpen met de diepgang.

De leerlingen vullen hun toekomstige woonplaats, motto, werkervaring, opleidingen, uitgelichte vaardigheden en interesses in. Bij de laatste twee mogen ze online kijken welke vaardigheden er allemaal zijn. Een andere mogelijkheid is het geven van een lijst waar leerlingen uit mogen kiezen. Vervolgoopdracht kan zijn dat de andere leerlingen de vaardigheden van hun klasgenoten onderschrijven net zoals dat op LinkedIn mogelijk is.

van een vacature via dit medium en of dit medium voor elke sector een goed middel is. Een mogelijk idee voor een praktische opdracht is om leerlingen een brede campagne te laten bedenken om bijvoorbeeld meer leraren in het onderwijs te krijgen gebruik makende van LinkedIn, een mooie combinatie van marketing en personeel en organisatie. ■

¹ <https://prezi.com/s2qlpu1sutjm/verplichte-context-functieverdeling-in-gezin-en-bedrijf>

Het maken van contextopdrachten (2)

Lenie Kneppers

Zoals in het artikel van Wim van Kleef eerder in deze Factor D al werd aangehaald, blijkt in de praktijk dat het niet eenvoudig is om contextrijke, authentieke opdrachten te maken. Wanneer is een opdracht authentiek? Kunnen de gestelde doelen ermee worden behaald? Kunnen meerdere antwoorden goed zijn? Op welke manier kunnen leerlingen samenwerken? Is het probleem onderzoekbaar? Moet er informatie geven worden of kunnen leerlingen die zelf vinden? Over welke strategieën beschikken de leerlingen? Welke sturing of instructie moet hierop worden gegeven?

Natuurlijk kan iedere docent het wiel zelf uitvinden, maar het is handig als gemaakte opdrachten worden uitgewisseld. Hiervoor willen wij in Factor D een platform bieden. Mocht u een contextopdracht hebben gemaakt, stuur die aan ons via het e-mailadres aan het eind van dit artikel. Wij publiceren uw opdracht dan in Factor D. Als de opdracht ook uitgevoerd is in de les is het prettig als u wilt vermelden wat sterke punten zijn en punten die verbetering behoeven. Ook studenten die in hun opleiding de opdracht krijgen een contextopdracht te ontwerpen worden aangemoedigd deze in te sturen.

Een voorbeeld van een contextopdracht gemaakt door een student is de opdracht van Fatma Balasar, weergegeven in kader 1. Zij volgt de eerstegraads lerarenopleiding economie aan de Hogeschool van Amsterdam. De opdracht is gemaakt voor de derde klas havo of vwo. Er is uitgegaan van het feit dat deze leerlingen nog niet veel strategieën en vaardigheden hebben om dit probleem geheel zelfgestuurd te

kunnen oplossen. Is dat wel zo, dan kan het probleem met een minder gestructureerde opdracht of zelfs ongestructureerd worden gegeven. In het laatste geval zijn leerlingen dan in staat zelf een gestructureerde aanpak te bedenken. De strategieën die leerlingen voor dit probleem nodig hebben zijn:

- een probleemanalyse maken
- informatie zoeken/inwinnen en deze overzichtelijk weergeven
- praktisch onderzoek uitvoeren door o.a. observeren en vragen stellen
- resultaten analyseren en beargumenteren
- conclusie trekken
- schriftelijk rapporteren

De doelstellingen van de opdracht zien er als volgt uit: De leerling kan een concurrentieanalyse maken van twee dicht bij elkaar liggende bedrijven in dezelfde branche. De leerling kan met gebruik van de analyse sterke en zwakke punten van beide bedrijven uitwerken. De leerling kan op grond hiervan een handelingsvoorstel beschrijven.

•Oproep

Als u, net als Fatma, een contextopdracht heeft opgesteld dan mag u ons deze toesturen via het e-mailadres redactiefactord@soeo.nl. De redactie is benieuwd en kijkt ernaar uit uw opdracht(en) te lezen!

Lenie Kneppers is vakdidactica economie aan het instituut voor de lerarenopleiding van de Universiteit van Amsterdam en redactielid van Factor D.

Kader 1: contextopdracht van Fatma Balasar

Probleemstelling:

Je oom is bij jullie op bezoek. Tijdens het eten klaagt hij over de nieuwe fietsspecialist in het dorp. Tot kortgeleden was je oom de enige fietsspecialist en nu is hij bang klanten te verliezen. Hij geeft aan dat hij prijsacties heeft ingevoerd en dit geldt ook voor zijn concurrent. Je oom heeft gehoord dat jij economielessen krijgt en vraagt je om mee te denken. Hij betwijfelt of de prijsacties wel de beste keuze zijn. Welke alternatieven heeft hij en wat is voor hem de beste keuze?

Hij vraagt jou of de prijsacties een goede zet zijn of welke andere manier hij zou kunnen gebruiken om de concurrentie met de andere fietswinkel aan te gaan. Hij vraagt jou om over je bevindingen en aanbevelingen een advies te schrijven.

Opdracht:

Jullie gaan in een tweetal dit probleem oplossen. Zoek daarvoor in je eigen stad of dorp naar twee dicht bij elkaar liggende zaken die in dezelfde branche werken. Het hoeven dus niet twee fietswinkels te zijn. Ga aan de slag aan de hand van de volgende punten:

A. Probleemanalyse

1. Wat wordt er van jullie gevraagd?
2. Wat is er aan de hand in het bedrijf van je oom?
3. Wat vraagt je oom zich allemaal af?
4. Wat weet je al van de gevraagde onderdelen?
5. Welke informatie moet je nog opzoeken voordat je het onderzoek gaat uitvoeren? Waar ga je die opzoeken? Je mag onder andere de volgende informatie gebruiken: <https://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/marketing/marktonderzoek/info-en-advies/een-concurrentieanalyse-maken/>
6. Welke informatie ga je ter plekke verzamelen?

B. Uitvoering

Hoe ga je jouw onderzoek in de winkel uitvoeren en hoe ga je jouw bevindingen noteren zodat je die later kunt gebruiken bij jullie advies? Bespreek hier jullie voorbereiding met je docent voordat je naar de winkels gaat (de docent kan hier ook een klassendiscussie invoegen).

C. Uitwerking

7. Maak een tabel waarin de sterke en zwakke punten van beide bedrijven worden aangegeven (zie: <https://www.ondernemersplein.nl/ondernemen/marketing/marktonderzoek/info-en-advies/een-concurrentieanalyse-maken/>)
8. Overleg samen aan de hand van deze tabel wat het beste advies voor je oom is: prijsactie of een andere actie.
9. Schrijf het advies. Doe dit aan de hand van de volgende punten:
 - a) Beschrijf het probleem.
 - b) Beschrijf de punten die je in de winkels hebt onderzocht.
 - c) Plaats de tabel met de sterke en zwakke punten van beide bedrijven.
 - d) Beschrijf aan de hand hiervan de argumenten vóór en tegen de verschillende mogelijke acties van je oom.
 - e) Beschrijf, met argumenten, wat volgens jullie de beste keuze is voor je oom.



