

*Practice*  
MAKES  
~~*perfect*~~  
*progress*

# ACTIVERENDE DIDACTIEK

## INDIVIDUELE BIJDRAGE STUDENTEN

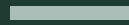
---

WOENSDAG 10 NOVEMBER 2021

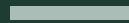
7.45 u

“Active learning engages students in the process of learning through activities and/or discussion in class, as opposed to passively listening to an expert. It emphasizes higher-order thinking and often involves group work”.

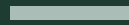
HOE KRIJGEN WE ALLE STUDENTEN  
ACTIEF?



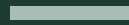
WERKVORM IS EEN MIDDEL



**HET GAAT OM MINDSET EN  
VERWACHTING**

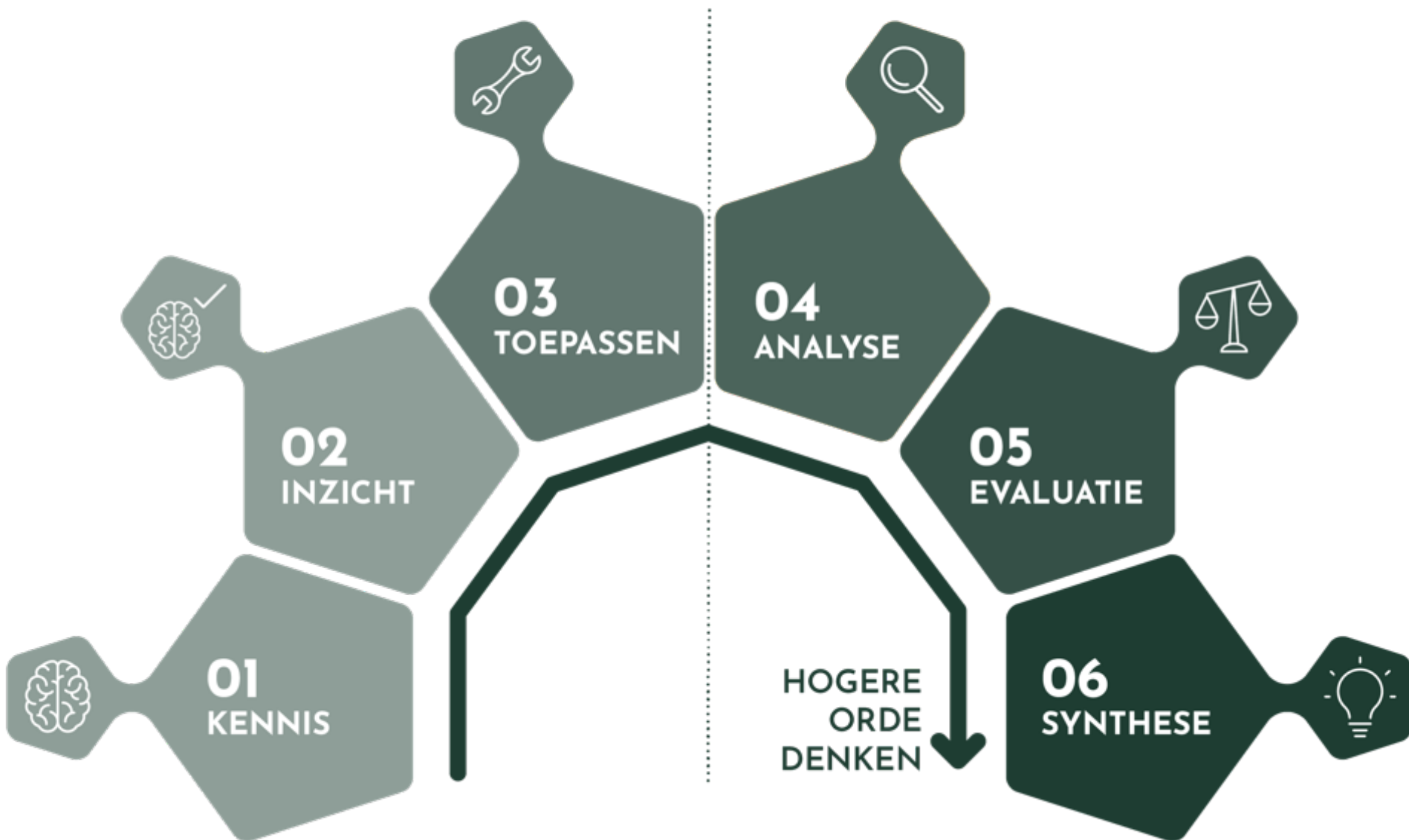


**WAT ZIJN DE CRITERIA?**



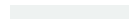
# VOORBEELD

- STUDENTEN VERWERKEN DE INHOUD OP EEN ACTIEVE MANIER ZODANIG DAT ANALYSE, EVALUATIE OF SYNTHESE PLAATSVINDT BIJ DE OPDRACHT
- STUDENTEN ZIJN INDIVIDUEEL AANSPREEKBAAR OP DE UITWERKING VAN DE OPDRACHT
- WERKVORM IS BETEKENISVOL IN RELATIE TOT DE BEROEPSTAAK ZODANIG DAT DE RELATIE MET DE LEERUITKOMST ZICHTBAAR IS





**WAT KAN HET PROBLEEM ZIJN?**



**STEEDS DEZELFDE STUDENTEN  
ACTIEF**

---

**TE SNEL TEVREDEN MET EEN  
ANTWOORD**

---

**SNEL WISSELEN VAN ONDERWERP**

---

# ZELF INVULLEN VAN HET ANTWOORD

---

**VOORBEELD**



A.

**WAAROM GEBRUIKT BEDRIJF X  
FACEBOOKADVERTENTIES IN DEZE  
ONLINE MARKETINGCAMPAGNE?**

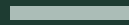
---

**B.  
WELKE ONLINE  
MARKETINGSTRATEGIEËN KAN  
BEDRIJF X GEBRUIKEN OM HET  
PRODUCT BEKEND TE MAKEN?**

---



OVER WELKE VRAAG MOET JE HET  
LANGST NADENKEN?



**HOE STEL JE  
FACEBOOKADVERTENTIES OP EEN  
GOEDE MANIER OP?**



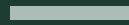
***NIEUWE VRAAG***

**JE BESCHRIJFT DUS 4  
MARKETINGSTRATEGIEËN, LEG UIT  
WELKE ARGUMENTEN HIER VOOR  
ZIJN?**

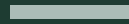
---

***VERDIEPENDE VRAAG***

**HOE KRIJGEN WE ALLE STUDENTEN  
AAN HET WERK?**



# INDIVIDUELE AANSPREEKBAARHEID



**WELKE VERKLARINGSMODELLEN  
ZIJN ER VOOR HET ONTSTAAN VAN  
DIABETES TYPE II?**

---

# INDIVIDUEEL WERKEN AAN 2 VERKLARINGSMODELLEN

---

**UITWISSELEN MET MEDESTUDENT  
EN KOM TOT OVEREENSTEMMING**

---



# ZICHTBAAR MAKEN IN DE RUIMTE VAN OPLOSSINGEN

---

**GEEF OPBOUWENDE FEEDBACK  
AAN 2 ANDERE GROEPEN**

---

# CRITERIA

- STUDENTEN VERWERKEN DE INHOUD OP EEN ACTIEVE MANIER ZODANIG DAT ANALYSE, EVALUATIE OF SYNTHESE PLAATSVINDT BIJ DE OPDRACHT
- STUDENTEN ZIJN INDIVIDUEEL AANSPREEKBAAR OP DE UITWERKING VAN DE OPDRACHT
- WERKVORM IS BETEKENISVOL IN RELATIE TOT DE BEROEPSTAAK ZODANIG DAT DE RELATIE MET DE LEERUITKOMST ZICHTBAAR IS

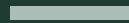
**WELKE 2 MOGELIJKHEDEN TOT  
VERBETERING VAN DEZE  
WERKVORM ZIEN JULLIE AAN DE  
HAND VAN DE CRITERIA?**

—

**WAT IS IN JOUW OPVATTING HET  
BESTE VERBETERVOORSTEL DAT JE  
LEEST IN DE CHAT (NIET DIE VAN  
JEZELF)**

—

**WELKE ARGUMENTEN HEB JE OM JUIST  
DIT VERBETERVOORSTEL TE KIEZEN?**



**EEN ANDER VOORBEELD**

---

# EEN CASUS OVER INTERNE BEDRIJFSANALYSE

---



**DOEL IS LEREN ANALYSERENDE  
VRAGEN TE STELLEN**

---

**4 ONDERDELEN / 4 VRAGEN**

---

**FINANCIIEEL - MARKETING - PRODUCT - HRM**

# VERDEEL DE RUIJITE IN 4 SECTOREN

---

**STUDENTEN KIEZEN DE SECTOR  
WAARIN ZE ZICH (1) PRETTIG VOELEN  
EN WAARIN ZE (2) VEEL UITDAGING  
HEBBEN**

---

**VOOR DEZE 2 SECTOREN BEDENKEN  
ZE INDIVIDUEEL 2 ANALYSEVRAGEN**

---

**DE VRAGEN WORDEN OP TAFELS  
IN DE BETREFFENDE SECTOR  
GELEGD**

---

**STUDENTEN WORDEN VERDEELD  
OVER DE 4 SECTOREN**

---

**STUDENTEN KIEZEN DE  
BELANGRIJKSTE VRAGEN DIE ZE AAN  
DE ONDERNEMER WILLEN STELLEN  
EN DE VOLGORDE (MAX 4)**

---



# DE DOCENT SPEELT DE ONDERNEMER

---

**DE GROEPEN STELLEN DE VRAGEN  
AAN DE ONDERNEMER IN DE DOOR  
HEN GEKOZEN VOLGORDE**

**RESULTAAT: STUDENTEN ZIJN  
ALLEMAAL ACTIEF EN ZIEN HET  
TOTALE PROCES VAN  
BEDRIJFSANALYSE**

---

# TOT SLOT FEEDBACK OP DE GESTELDE VRAGEN EN 'VERGETEN' VRAGEN



# CRITERIA

- STUDENTEN VERWERKEN DE INHOUD OP EEN ACTIEVE MANIER ZODANIG DAT ANALYSE, EVALUATIE OF SYNTHESE PLAATSVINDT BIJ DE OPDRACHT
- STUDENTEN ZIJN INDIVIDUEEL AANSPREEKBAAR OP DE UITWERKING VAN DE OPDRACHT
- WERKVORM IS BETEKENISVOL IN RELATIE TOT DE BEROEPSTAAK ZODANIG DAT DE RELATIE MET DE LEERUITKOMST ZICHTBAAR IS

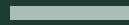
**WELKE 2 MOGELIJKHEDEN TOT  
VERBETERING VAN DEZE  
WERKVORM ZIEN JULLIE AAN DE  
HAND VAN DE CRITERIA?**

—

**WAT IS IN JOUW OPVATTING HET  
BESTE VERBETERVOORSTEL DAT JE  
LEEST IN DE CHAT (NIET DIE VAN  
JEZELF)**

—

**WELKE ARGUMENTEN HEB JE OM JUIST  
DIT VERBETERVOORSTEL TE KIEZEN?**





**WAT NEEM JE MEE UIT DEZE  
WEBINAR?**

---

# VOLGENDE WEKEN

---

17 NOVEMBER | ACTIVEREN  
ONLINE

---

24 NOVEMBER | BEST  
PRACTICES