

reiswerk  .nl

Ondernemer hbo graadniveau

ALGEMENE BEROEPSCONTEXT EN FUNCTIONEREN

Algemene beroepscontext en functioneren: Inhoudsopgave

1. Inleiding & motivatie
2. Legitimering
3. Ondernemer uitgangspunten
4. Mogelijke functies als Ondernemer
5. Positionering van Ondernemer in het hbo
6. Beroepscontext
7. Performance Indicatoren
8. Verantwoordelijkheden
9. Typerende beroepshouding
10. Rollen
11. Competentiemix
12. Kansen
13. Risico's
14. Betrokkenen
15. Keuzes & dilemma's
16. Kerntaken
 - 16.1 het opstellen, uitvoeren en beheren van het ondernemingsplan
 - 16.2 het maken, sturen, bewaken en naleven van commerciële en inkoop afspraken en het sluiten van contracten
 - 16.3 het opzetten, beheren en bewaken van de financiële en administratieve organisatie
17. Afkortingen en begrippen

Noot: in verband met de leesbaarheid is de keuze gemaakt te schrijven in de persoonsvorm hij: overal waar hij wordt gelezen kan ook zij worden gelezen

1. Inleiding & motivatie

Het **BeroepsCompetentieProfiel (BCP)** geeft het gewenste niveau en de wijze van het functioneren weer voor het werken in de reisbranche. Uitgangspunt is de algemene beroepscontext in de reisbranche, opgezet vanuit de marktontwikkelingen 2007 – 2012.

Vanuit deze algemene beroepscontext is het functioneren omvat in BeroepsCompetentieProfielen op mbo-niveau:

1. BCP Verkoper Reizen : functioneren op operationeel niveau
2. BCP Manager Verkoop Reizen : functioneren op operationeel niveau

En op hbo-niveau:

3. **Profiel Ondernemer** : functioneren op operationeel/tactisch niveau
4. Profiel Manager Reizen : functioneren op tactisch/strategisch niveau

Dit BCP staat voor de functie van **Ondernemer**.

Ondernemend werken en ondernemerschap gelden als de rode draad in de functies op mbo-niveau Verkoper Reizen en Manager Verkoop Reizen. De specifieke functie echter van zelfstandig ondernemer en/of het opstarten van een specifieke nichemarkt is een stap verder op hbo-niveau. De reisbranche definieert de zelfstandig ondernemer op het hbo-niveau van het associate degreetraject. In de praktijk blijkt veelal dat een zelfstandig ondernemer ook eerst als werknemer in dienst treedt om vervolgens te gaan starten als zelfstandige.

2. Legitimering

De legitimering van Ondernemer heeft plaatsgevonden op de inhoud van de ANVR Toekomstvisie: "Werken in de Toekomstige Reisbranche 2007 – 2012". De context is goedgekeurd en geaccordeerd door het ANVR Bestuur en Reiswerk Bestuur en getoetst door de Stuurgroep Arbeidszaken & Onderwijs.

Legitimering versie 1.0

Op de inhoud:

ANVR Bestuur:

Voorzitter Dhr. C. Gerkens

d.d.: 06 september 2007

Reiswerk Bestuur:

Voorzitter Dhr. H.E.J.J. van Wijck

d.d.: 28 juni 2007

3. Ondernemer uitgangspunten

Vanuit de ANVR Toekomstvisie: “Werken in de toekomstige reisbranche en de vertaalslag naar het gewenste niveau en wijze van functioneren” komt de ontwikkeling naar voren dat er vanuit de klantwens steeds meer persoonlijke aandacht wordt gevraagd. Deze ontwikkeling vraagt om service, advies en verkoop op maat en vernieuwing/innovatie. Op strategisch niveau worden nieuwe ontwikkelingen ingezet.

Daarbij is er vanuit de beginnende beroepsbeoefenaar een toenemende behoefte aan individuele vrijheid en zelfstandig ondernemerschap. Hij wil de werkzaamheden naar eigen inzicht kunnen indelen en niet gebonden zijn aan ‘regels’ van een organisatie.

De beroepscontext zoals hier omschreven betreft de functie en rol als zelfstandig ondernemer. De franchisenemer wordt gezien als meewerkend leidinggevende en is opgenomen in het Manager Verkoop Reizen profiel.

De uitgangspunten voor de type basisfuncties van Ondernemer/Ondernemerschap zijn: een nieuwe situatie: een niche in de markt zien

- zelfstandig ondernemer
- franchisenemer

De Ondernemer kan fungeren als ‘marktcaptain’: als vertegenwoordiger van de klant het beste advies kunnen geven en het gewenste aanbod kunnen vinden. Kan inspelen op de trends en marktontwikkelingen en met als doel het rendement te verbeteren.

De Ondernemer heeft de keuze om werkzaamheden zelf uit te voeren of uit te besteden aan derden.

4. Mogelijke functies als Ondernemer

- Zelfstandig ondernemer
- Franchisenemer
- Adviseur/Consultant
- Mobiele reisadviseur
- Direct Seller

5. Positionering van Ondernemer in het hbo

Binnen het beroepsonderwijs Reizen zijn er opleidingsmogelijkheden op zowel mbo- als hbo-niveau. Dit ondersteunt de leven lang leerlijn, te weten:

mbo 3	Zelfstandig Commercieel Medewerker Reizen vergelijk BCP Verkoper Reizen Functioneren: operationeel niveau
mbo 4	Leidinggevende Verkoop Reizen vergelijk BCP Manager Verkoop Reizen Functioneren: operationeel niveau
hbo AD	associate degree hbo-graad vergelijk Profiel Ondernemer Functioneren: operationeel/tactisch niveau
hbo bachelor	bachelor degree vergelijk Profiel Manager Reizen Functioneren: tactisch/strategisch niveau

In de BCP's Verkoper Reizen en Manager Verkoop Reizen is de rode draad ondernemend werken en ondernemerschap opgenomen in de typerende beroepshouding. Belangrijk punt is dat de vaardigheden en beroepshouding die nodig zijn om succesvol als ondernemer te kunnen functioneren bij iemand aanwezig moeten zijn. De benodigde kennis kan ontwikkeld worden. Op basis van het feit dat het ondernemend werken al actief vertaald is naar de functies op mbo-niveau (Verkoper Reizen en Manager Verkoop Reizen), geldt voor Ondernemer dat deze wordt gepositioneerd op het hbo-graad, associate degreeniveau. Bovendien zijn de vaardigheden en kennis van de Ondernemer brancheoverstijgend.

6. Beroepscontext

De beroepscontext van de Ondernemer wordt getypeerd door de kenmerken:

- Resultaatverantwoordelijkheid (eigen risico lopen)
- Innovatie/initiërend
- Beleid-/strategiebepalend
- Consultant
- Eindverantwoordelijkheid
- Korte en lange termijn visie en trends
- Positie bepalen
- Maatschappelijke oriëntatie, duurzaamheid

7. Performance Indicatoren

Performance Indicatoren: de performance indicatoren geven het te bereiken resultaat in het werk aan voor de Ondernemer. Afhankelijk van de gekozen bedrijfsspecifieke methode worden performance indicatoren verschillend gehanteerd ten aanzien van:

- de weergave
 - absoluut (in aantallen), relatief (in percentage) of per index (ten opzichte van de voorgaande periode)
- de norm:
 - wat het te behalen resultaat moet zijn = wanneer tevreden
- het niveau
 - op individueel, team, verkooppunt, district, landelijk etc.

De Ondernemer beschikt ook over de performance indicatoren van de Manager Verkoop Reizen. Welke performance indicatoren dit zijn is afhankelijk van de bedrijfsspecifieke keuze.

Commerciële Performance Indicatoren

- Rendement
 - omzet versus kosten vanuit inkoop, resultaat vanuit afspraken met leveranciers/Service Level Agreement (SLA)/contracten, marge
- Kostenbeheersing/sturing
- Acquisitie
 - minimum aantal nieuwe klanten/soort klanten
- Conversie:
 - het aantal/percentage gerealiseerde klanten versus de totale omzet
 - percentage resultaten/opdrachten op offertes, duur en rendement (marges in tarief)
- Capaciteit/assortiment
 - percentage restvoorraad (vraag en aanbod versus beschikbaarheid, kwantitatief versus kwalitatief)
- Omloopsnelheid producten, services en diensten
- Yield management
 - producten, services en diensten afstemmen op de vraag (qua moment, aantal en kwaliteit)
- Logistiek
 - beschikbaarheid en voorraadbeheer ten aanzien van levertijd, moment/aantal/kwaliteit. Het principe 'just in time' is belangrijk: op het juiste moment het aanbod hebben op de klantvraag (op het juiste moment het gewenste aanbod hebben passende bij en afgestemd op de klantvraag)
- Innovatie
 - inspelen op marktontwikkelingen, marktpositie versus legitimering, beleid bepalen op basis van trends
- Management van risico en kansen

Financiële en administratieve Performance Indicatoren

- Percentage netto winst/resultaat
- Rendement
- Geldstroom/cashflow
 - rekening-courant versus reserves
- Debiteuren/crediteuren beleid
 - percentage openstaande posten en duur, dubieuze debiteuren
- Conversie:
 - aantal factuurabele uren versus eigen investering qua tijd
 - urenregistratie versus opbrengsten
 - vaste lasten versus variabele lasten
 - aantal klantcontacten dat zich vertaalt in concrete koop
- Kostprijsberekening en bepalen inkoop/verkoopprijs/uurtarief
- Leveringsvoorwaarden inclusief betaalafspraken
- Contracten
 - kwaliteit, flexibiliteit, duur, prijzen en voorwaarden
- Juridisch
 - voldoen aan wet- en regelgeving en criteria voor zelfstandig ondernemerschap (verantwoordelijkheid kennen en invullen = randvoorwaardelijk)

Kwalitatieve Performance Indicatoren

- Afboekingen naar aanleiding van klachten
- Afboekingen naar aanleiding van fouten
- Klanttevredenheid
- Aftersales en relatiebeheer
- Kwaliteit van dienstverlening t.a.v. klantcontact in het totale verkoop-/klantproces
- Persoonlijke ontwikkeling: voortgang
- Klachten
- Repeaters

Personele Performance Indicatoren

In het geval dat de Ondernemer de keuze maakt personeel in dienst te nemen.

- Personeelsdevelopment/-ontwikkeling (binnen het team en teamoverstijgend)
- Ziekteverzuim
- Verloop/uitstroom
- Kwaliteit van functioneren medewerkers: naleven van werken conform bedrijfsformule, proces, procedures en afspraken
- Loonkosten versus rendement
- Flexibiliteit in loonkosten: inhuur/vast op loonlijst ten opzichte van klantvraag

8. Verantwoordelijkheden

De Ondernemer is verantwoordelijk voor:

- de continuïteit van de eigen onderneming, eindverantwoordelijk voor het resultaat
- de trends, innovatie en marktontwikkelingen vertalen naar nieuwe koers
- positionering op de markt: strategische positie op de markt
- het opstellen van een ondernemingsplan
- beleid: t.a.v. de totale onderneming: strategie en missie, inkoop (assortiment/product), commercie/verkoop, Marketing & Communicatie, personeel (indien van toepassing), financiën/administratie. Inclusief het zorgdragen voor de uitvoering van het beleid, zelfstandig of door het werk uit te besteden
- klantenbestand (acquisitie, opbouw en beheer van netwerk)
- kwaliteit van de dienstverlening inclusief evaluatie en verbetering
- het voldoen aan wet- en regelgeving
- het maken van de juiste keuzes om het gewenste resultaat te kunnen bereiken

9. Typerende beroepshouding

Een ondernemer is creatief, ambitieus, flexibel, discreet, kan buiten kaders denken en handelen, evenwichtig, vasthoudend/doelgericht, beschikt over hoge mate van (zelf) discipline en zelfvertrouwen, durft risico's te nemen (durf en lef), hij beschikt over de wil om zelf verantwoordelijkheid dragen, heeft zelfreflectie, kan onder (continue) druk werken/is stressbestendig, kan bewust de balans vinden tussen werk en privé, is ambitieus, wil vrijheid, heeft interesse in de markt, kan schakelen tussen en communiceren op strategisch, tactisch en operationeel niveau.

10. Rollen

De Ondernemer kan de rol aannemen van:

In strategisch kader:

- onderhandelaar
- innovator/initiator
- ondernemer
- adviseur
- woordvoerder
- netwerker
- diplomaat
- leider /manager

in operationeel kader:

- inkoper
- verkoper
- administrateur
- stimulator
- controleur
- werknemer

11. Competentiemix

Hij beschikt over de competenties van de Verkoper Reizen en Manager Verkoop Reizen. En bij de Ondernemer ligt de nadruk op onderhandelingsvaardigheden, aanpassingsvermogen, doorzettingsvermogen, ondernemendheid, communicatief vaardig en kunnen levellen op verschillende niveaus, accuratesse, plannen en organiseren, verkopen, inkopen, analytisch vermogen, overtuigingskracht, commerciële vaardigheden en resultaatgerichtheid.

Qua kennis: plannen (SMART-doelen, specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdsgebonden), Marketing & Communicatie, de financiële/administratieve organisatie (belasting, jaarrekening, omzet, debiteuren, crediteuren etc.), producten en diensten, complementaire diensten en services, concurrenten, markt (trends en ontwikkelingen), juridische zaken, wet- en regelgeving, doelgroepen, automatisering/ICT, kennisstrategie

12. Kansen

De meest voorkomende kansen van de Ondernemer zijn:

- winst realiseren
- doelen bereiken
- persoonlijke ontwikkeling/talent benutten
- droom verwezenlijken/vervullen ambitie
- toegevoegde waarde realiseren
- invloed/status
- vrijheid/flexibiliteit
- motivatie
- delen van succes
- inspelen op de markt, niches ontdekken
- balans tussen werk en privé

13. Risico's

De meest voorkomende risico's van de Ondernemer zijn:

- faillissement (voorbeelden oorzaken: gebrek aan inzicht in de markt, motivatie, zelfdiscipline, gebrek aan balans tussen werk en privé)
- misbruik
- aansprakelijkheid
- arbeidsongeschiktheid
- pensioen
- debiteuren
- continuïteit in werk en inkomen
- klanten gaan failliet/naar andere organisatie

14. Betrokkenen

De contacten waarmee de Ondernemer te maken heeft zijn:

- externe organisaties:
 - Kamer van Koophandel, gemeente, belastingdienst
- de eigen organisatie:
 - Werknemers
 - Collega's/centrale organisatie (i.g.v. franchise)
- concurrenten
- partners
- aandeelhouders/financiers
- leveranciers
- opleiders
- sollicitanten
- klanten
- netwerk
- verenigingen

15. Keuzes & dilemma's

De meest voorkomende keuzes en dilemma's die zich voordoen als Ondernemer zijn:

- klantenbinding: persoonlijke binding versus organisatie binding
- privé belang versus zakelijk belang
- korte termijn planning versus lange termijn planning
- personeel in dienst nemen of partnership of geen personeel
- activiteiten uitbesteden of zelf uitvoeren
- activiteiten aannemen buiten de core business of niet
- veel tijd bij één klant besteden/één account hebben versus verschillende klanten/accounts (risicospreiding)

16. Kerntaken

Tot de kerntaken van de Ondernemer behoren:

16.1 Het opstellen, uitvoeren en beheren van het ondernemingsplan

De kernpunten:

- visie en missie vertalen naar beleid en doelen in concrete acties en een actieplan
- Marketing & Communicatie
 - positie/plaats/promotie/product/prijs/presentatie/performance
- SWOT-analyse (strength, weakness, opportunities en threats)
- doelgroepen, positionering, prijsbepaling, plaats, product, promotie, positie)
- productontwikkeling
- begroting/budgetten
- financieringsplan/bronnen
- Unique Selling Points (USP's)/toegevoegde waarde
- registratie van mogelijke patenten, domeinnamen
- randvoorwaarden realiseren: verzekeringen, KvK, belastingen
- afspraken maken met leveranciers
- toetsen op haalbaarheid, voortgang bewaken en bijsturen
- evalueren
- communicatie

16.2 Het maken, sturen, bewaken en naleven van commerciële en inkoop afspraken en het sluiten van contracten

De kernpunten:

- stellen van commerciële en kwalitatieve doelen
- kennis van de markt/prijzen/kosten, marktonderzoek, onderzoek leveranciers, bepalen van de prijs/bewaken prijs/kwaliteitsverhouding
- keuze maken in leveranciers (kwantitatief/kwalitatief/prijs etc.)
- kosten/batenanalyse
- opstellen contracten; inkoop, samenwerking, verkoop, arbeid, SLA
- rol; uitvoering van deze kerntaak is afhankelijk van de invulling als leverancier, klant, wederverkoper of einduitvoerder

16.3 Het opzetten, beheren en bewaken van de financiële en administratieve organisatie

De kernpunten:

- opstellen financieel plan
- kosten/batenanalyse
- factuurabele uren versus eigen investering
- kostenbewaking, hierop sturen
- opstellen resultaten-/jaar-/winst & verlies rekening, balans
- indienen van belastingaangiften: loonheffing, omzet/BTW, vennootschap
- debiteuren/crediteuren: facturen maken, incasso
- betalingsverkeer
- privé versus zakelijk
- management informatie
- cashflow/liquiditeit

Afhankelijk van het type/soort organisatie kunnen situationeel ook de kerntaken 'Operationeel Leidinggeven' en 'Personeelsplanning en -ontwikkeling' van toepassing zijn.

17. Afkortingen & begrippen**A****Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen**

De ANVR maakt zich als brancheorganisatie sterk voor de kwaliteit binnen de reisbranche in het algemeen en voor die van de ondernemers in het bijzonder. De verschillende en vaak meest uiteenlopende onderwerpen waar de ANVR zich mee bezig houdt, zijn ondergebracht in verschillende kerntaken: Imago & Lobby, Consumentenzaken, Luchtvaart, Arbeidszaken & Onderwijs, en Standardisering. Daarnaast is er een platform Touroperating en een platform Retail.

ANVR

Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen.

Attitude

Houding.

B**BCP**

BeroepsCompetentieProfiel

Bedrijfsprofiel

Het profiel van het bedrijf als klant is bedrijfsspecifiek en kan omvatten: NAW gegevens, e-mail, reispatroon (frequentie, doel, samenstelling party, historie), contractafspraken, randvoorwaarden, voorkeuren/interesses. Het bedrijfsprofiel wordt vastgelegd in het bedrijfsspecifieke Customer Relations Management (CRM) systeem/tool.

Beginnend beroepsbeoefenaar

De beroepsbeoefenaar die zijn entree maakt op de arbeidsmarkt en aan het begin staat van de beroepsloopbaan.

Beoordelen

(Tussentijds) meten en toetsen in welke mate de gestelde doelen zijn gehaald.

Beoordelingsgesprek

Gesprek gevoerd door de deelnemer of werknemer en de opleider en/of het bedrijf waarin de resultaten en de ontwikkelde beroepscompetenties beoordeeld worden.

Beroepscompetenties

Beroepscompetenties hebben betrekking op het vermogen om te gaan met beroepsrelevante activiteiten en problemen en zijn opgebouwd uit een samenhangende set competentie-elementen (kennis, inzichten, vaardigheden, houdingen, persoonlijke eigenschappen). Een competente beroepsbeoefenaar kan deze kennis, attitudes, vaardigheden en eigenschappen geïntegreerd en doelgericht inzetten om concrete (beroeps)activiteiten te verrichten (plannen, uitvoeren, controleren en sturen) in de voor de activiteit kenmerkende situaties en contexten. Zij of hij kan dat op zo'n wijze doen dat aan bepaalde criteria of standaarden wordt voldaan.

BeroepsCompetentieProfiel

De (geformaliseerde en gestandaardiseerde) beschrijving van een op de directe beroepspraktijk gerichte set kerntaken en beroepssituaties, verantwoordelijkheden en competenties met de performance indicatoren en typerende beroepshouding van een vakvolwassen beroepsbeoefenaar ontwikkeld door en voor de reisbranche.

Business-to-Business (B2B)

B2B is een internationale aanduiding voor Business-to-Business (bedrijven aan bedrijven). Meestal betreft het hier bedrijven die specifiek zaken doen met andere bedrijven. Ook wordt de term gebruikt om binnen organisaties een bepaalde afdeling aan te duiden. Hierbij is dan de B2B-afdeling gericht op de zakelijke dienstverlening, terwijl elders in hetzelfde bedrijf evengoed aan particulieren verkocht kan worden.

Business-to-Consumer (B2C)

B2C is een internationale aanduiding voor Business-to-Consumer (bedrijven aan consumenten). Meestal betreft het hier bedrijven die specifiek zaken doen met consumenten. Doorgaans wordt deze term, in samenhang met de term B2B, gebruikt om een grove indeling van het bedrijfsleven aan te geven. Daarnaast wordt de term B2C tegenwoordig gebruikt om binnen organisaties een bepaalde afdeling aan te duiden. Hierbij is dan de B2C-afdeling gericht op de verkoop of dienstverlening aan particulieren, terwijl elders in hetzelfde bedrijf evengoed exclusief aan andere bedrijven (B2B) verkocht kan worden.

C

cao

Collectieve arbeidsovereenkomst.

CIR

Formule Competent In Reiswerk.

Commercieel

De mix van de inzet van marketing, communicatie, kwaliteit, personeel etc. gericht op het behalen van winst.

Competenties

Competenties zijn ontwikkelbare vermogens van mensen om in voorkomende situaties op adequate, doelbewuste en gemotiveerde wijze proces- en resultaatgericht te handelen, dat wil zeggen passende procedures te kiezen en toe te passen om de juiste resultaten te bereiken. Competenties zijn samengesteld van karakter, verwijzen naar onderliggende vaardigheids- en kennisdomeinen en worden in een context toegepast en verworven. Kortom: het toepassen van de mix van kennis, vaardigheden en de attitude in het functioneren.

Complexe situatie

De complexe situatie geeft de mate aan waarin (beroepsmatige) handelingen gebaseerd zijn op de toepassing en het bedenken dan wel het combineren van (routinematige en standaard-)procedures. De complexiteit van de beroepssituatie wordt getypeerd naar de mate waarin routinematige of niet-routinematige procedures en van nieuwe oplossingsprocedures sprake is.

Context

Beroepscompetenties vinden hun betekenis in een context en kunnen niet los gezien worden van de kernopgaven waar de beroepsbeoefenaar voor staat. Beroepscompetenties worden daarom in een context omschreven. Onder context wordt de beroepssituatie verstaan. Sommige competenties zijn uniek en nauw verbonden aan een specifieke context of smal werkingsgebied; andere beroepscompetenties hebben een breed werkingsgebied en hebben een hoge transferwaarde omdat ze in verschillende contexten bruikbaar of toepasbaar zijn. Een competent beroepsbeoefenaar is binnen een bepaalde context in staat te kiezen uit relevante oplossingen en deze tot uitvoering te brengen, zodat een beoogd resultaat wordt bereikt.

CRM

Customer Relationship Management.

Customer Relationship Management

De implementatie van een strategie waarmee een bedrijf of instelling beoogt (klant)relaties te optimaliseren in termen van rendement en klanttevredenheid, op basis van het bedrijfs- en/of klantprofiel. Customer Relationship Management (CRM) wordt daarbij gezien als een continue en systematische, organisatieomvattende activiteit. Daarbij wordt ICT als een ondersteunende factor gezien.

D

Dilemma

Een moeilijke keuze uit twee of meer alternatieven.

E

F

Formule Competent In Reiswerk

Competent in Reiswerk richt zich op het ontwikkelen van standaarden en hulpmiddelen voor de samenwerking tussen bedrijfsleven en onderwijs, om zo te komen tot competentiegericht opleiden en beoordelen in de reisbranche. Daarbij ligt de nadruk op het ontwikkelen van commerciële, communicatieve, sociale en systeemvaardigheden, naast de traditionele kennisontwikkeling. Competent in Reiswerk is een initiatief en samenwerking vanuit de reisbranche, het toeristisch onderwijs en Kenwerk.

G

H

hbo

Hoger beroepsonderwijs. Het hbo geeft een theoretische en praktische basis voor het uitoefenen van een beroep. Het hbo is georganiseerd in zeven sectoren en wordt gegeven aan 'hogescholen'. Het maakt samen met het wetenschappelijk onderwijs deel uit van het hoger onderwijs.

I

J

K

Kennis

De benodigde theoretische onderbouwing waarover een beroepsbeoefenaar moet beschikken, verkregen door oefening of studie.

Kenwerk

Kenwerk stimuleert en innoveert de kwaliteit van leerbedrijven en onderwijsinstellingen in de horeca, de sector toerisme/recreatie en de bakkerijbranche namens onderwijs en bedrijfsleven.

Kerntaken

Een set van inhoudelijk samenhangende beroepsactiviteiten die door een belangrijk deel van de beroepsbeoefenaren worden uitgeoefend. De kerntaken geven de kenmerkende werkzaamheden van de beroepsbeoefenaar weer, zo mogelijk geordend in logische volgorde van het beroep.

Klant

De definitie wat onder een klant wordt verstaan wordt bedrijfsspecifiek bepaald. Dit kan zijn (in heden of verleden) bestaande klanten, potentiële klanten, geboekte klanten etc.

Klantenservice

De klant centraal stellen en altijd de juiste oplossing bieden, in een keer goed, binnen de bedrijfsspecifieke richtlijnen.

Klantprofiel

Het profiel van de klant is bedrijfsspecifiek en kan omvatten: NAW gegevens, e-mail, reispatroon (frequentie, doel, party samenstelling, historie), voorkeuren/interesses. Het klantprofiel wordt vastgelegd in het bedrijfsspecifieke Customer Relations Management (CRM) systeem/tool.

Kwalificatiedossier

Een dossier met daarin opgenomen het kwalificatieprofiel en alle overige documenten die van belang zijn om het daaruit af te leiden beroepsopleiding inclusief de toetsing en afsluiting (examen) vast te stellen en te ontwikkelen.

Kwalificatieprofiel

De geformaliseerde en gestandaardiseerde beschrijving van de startpositie van de beginnende beroepsbeoefenaar op de arbeidsmarkt en in de maatschappij. Een kwalificatieprofiel wordt bepaald en omschreven op basis van een of meer BeroepsCompetentieProfielen. Beroepscompetenties, leercompetenties en burgerschapscompetenties vormen de kern van het kwalificatieprofiel.

Kwalificatiestructuur

Is het geheel van wettelijke regelingen gesteld aan het reguliere onderwijs. De kwalificatiestructuur bevat alle MBO opleidingen van niveau 1 tot en met niveau 4 opleidingen. De eisen die in de kwalificatiestructuur gesteld worden aan een opleiding zijn voor het onderwijs richtinggevend voor de inrichting van hun onderwijsprogramma's om in aanmerking te kunnen komen voor overheidsfinanciering.

Kwaliteit

Het in een keer goed invullen van de klantwens.

L

Leercompetentie

Ontwikkelbare vermogens van mensen om in voorkomende leersituaties op adequate, doelbewuste en gemotiveerde wijze proces- en resultaatgericht te handelen. Leercompetenties betreffen in de eerste plaats het vermogen het verwervings- en ontwikkelingsproces van competenties (kennis, vaardigheden, houdingen etc.) te sturen, te bevorderen, te stimuleren en effectiever te maken. In de tweede plaats zijn ze gericht op het effectief functioneren in verschillende typen leer- en opleidingssituaties, binnen en buiten het beroep.

M

mbo

Middelbaar beroepsonderwijs. Middelbaar beroepsonderwijs (mbo) behoort tot de tweede fase van het voortgezet onderwijs. Onderwijs in het mbo duurt vier jaar en is voor leerlingen van 16–20 jaar. Er worden zowel algemene als beroepsgerichte vakken gegeven. In het mbo stromen leerlingen door naar een baan of naar het hoger beroepsonderwijs (hbo). In 2006 is een start gemaakt met een aantal experimenten t.a.v. competentiegericht onderwijs. In 2009 zal het beroepsonderwijs definitief overgaan tot competentiegericht leren en ontwikkelen.

P

Performance Indicator

De performance indicator is een van de uitgangspunten voor het goed functioneren van een beroepsbeoefenaar en beschrijft het gewenste resultaat gerelateerd aan de kerntaken. De beroepsbeoefenaar zal de benodigde competenties op een juiste manier moeten aanwenden om dit gewenste resultaat met succes te kunnen bereiken.

Portfolio

Een geordende persoonlijke, digitale of papieren presentatie, waarin de deelnemer aangeeft wie hij is, wat hij kan en wat hij wil. Verzamelde en bijgevoegde documenten en materialen bewijzen dit. Het portfolio kan verschillende doelen hebben naast het presenteren van de deelnemer. Dit kan zijn het volgen en stimuleren van de ontwikkeling van de deelnemer, waarbij het portfolio dient als uitgangspunt bij de begeleiding. Het portfolio kan ook de basis zijn voor de beoordeling of de deelnemer bepaalde competenties heeft verworven. In beide gevallen is het portfolio ingebed in het opleidingsproces. Het portfolio speelt ook een rol bij EVC-procedures.

POP

Persoonlijk Ontwikkel Plan. Het plan met concrete doelen voor de persoonlijke competentieontwikkeling van de deelnemer. Dit is afgestemd op het huidige competentieniveau t.o.v. het gewenste einderesultaat van het ontwikkeltraject. Tevens wordt het POP voorzien van afspraken met betrekking tot de mogelijkheden en de bijbehorende condities om de gestelde doelen te kunnen bereiken.

Q

R

Reiswerk

Reiswerk Opleidingen vindt zijn basis in de stichting Fonds Opleiding en Ontwikkeling Reisbranche (FOOR). Dit is een fonds waarin werkgevers en werknemers in de reisbranche deelnemen. Gezamenlijk bouwen zij aan de toekomst van de reiswereld, met goede beroepsopleidingen en een sterke arbeidsmarkt als instrumenten. Het bestuur van Reiswerk telt zes leden: namens de werkgevers is daarin de ANVR vertegenwoordigd met drie personen. Namens de werknemers: CNV Dienstenbond, FNV Bondgenoten en De Unie. Alle organisaties zijn vertegenwoordigd met één lid en één plaatsvervangend lid.

Representatief

Het bewust zijn van de rol in het klantcontact en hier altijd zijn beroepshouding, kleding en communicatie op aanpassen binnen de bedrijfsspecifieke richtlijnen.

Resultaatgericht

Het stellen van doelen en bereiken van het gewenste resultaat op een efficiënte en effectieve wijze.

S

SEPR

Stichting Erkenning Praktijk en theoriebeoordeling Reisbranche. Het vakdiploma van de reisbranche.

SEPR Reisbewijs

De Stichting Erkenning Praktijk en theoriebeoordeling Reisbranche heeft het SEPR Reisbewijs ontwikkeld. Dit is het SEPR Portfolio, waarin een deelnemer het bewijsmateriaal verzamelt dat aangeeft dat de deelnemer voldoet aan de SEPR Kwaliteitseisen. (verzamelstaat)

Service

Service is het bieden van extra's: het overtreffen van de klantverwachting.

Stichting Erkenning Praktijk en theoriebeoordeling Reisbranche

De Stichting Erkenning Praktijk en theoriebeoordeling Reisbranche (SEPR) bewaakt het niveau van de beroepsbeoefenaren in de reisbranche. Zij is verantwoordelijk voor de toepassing van de BCP's en een geregelde evaluatie daarvan. SEPR formuleert kwaliteitseisen voor de beginnend, beroepsbeoefenaar, diplomeert deelnemers, certificeert en erkent opleidingen. De kwaliteitseisen voor SEPR zijn bepaald aan de hand van de door vertegenwoordigers van het bedrijfsleven en onderwijs opgestelde BeroepsCompetentieProfielen (BCP's).

T

Toetsen

Het meten van de resultaten van de competentieontwikkeling van een deelnemer/het meten van het competentieniveau.

U

Uitstroomdifferentiatie

Een onderdeel van een kwalificatieprofiel voor een deel van de beroepspraktijk waarop het kwalificatieprofiel zich richt.

V

Vaardigheden

Vaardigheden geven aan waar de beroepsbeoefenaar bedreven in is of moet zijn. Vaardigheden zijn doorgaans leerbaar, in tegenstelling tot persoonlijkheidskenmerken en karaktereigenschappen.

Vakvolwassen beroepsbeoefenaar

De beroepsbeoefenaar die in zijn beroepsuitoefening tot volledige beroepsmatige ontwikkeling is gekomen door de beroepservaring die hij heeft opgedaan. De vakvolwassen beroepsbeoefenaar kent zijn beroep van binnen en van buiten en staat model voor de inhoud van het BeroepsCompetentieProfiel.

Verantwoordelijkheid

Het geeft de mate aan waarin beroepsbeoefenaren aanspreekbaar zijn op hun (beroepsmatig) handelen en op de gevolgen daarvan voor het (beroepsmatig) handelen door anderen. Van de beroepsbeoefenaar wordt geëist dat hij de beroepsmatige handelingen met zorg en toewijding uitvoert en daarover verantwoording kan afleggen. De verantwoordelijkheid kan beperkt zijn tot het functioneren binnen het eigen takenpakket, maar kan zich ook uitstrekken tot (het werk van) anderen.

Voortgangsgesprek

Gesprek gevoerd door de deelnemer, het leerbedrijf en/of de opleider over de voortgang in de persoonlijke ontwikkeling van zijn beroepscompetenties.

W

X

Y

Z