

me: welke advertenties in welk blad? Vergelijk b.v. de reclame van Avenue met die van Flair of Libelle.

- Historische blik op reclame: reclame als weerspiegeling van de zich wijzigende markt van welzijn en geluk.

- Parity breaking advertising: lijkt alle reclame (voor b.v. bronwater) op elkaar?

- Appeal: aandachtstrekkers in advertenties vergelijken.

- De cirkel van tevredenheid: communicatie maakt hem rond. De leerlingen kunnen zelf originele reclame maken voor een produkt en de communicatiestrategieën toepassen.

Lutgarde Missoul
A. Van Langendoncklaan 13
3191 Hever

T U S S E N D O O R

Zakelijke communicatie in het secundair onderwijs

Met de bedoeling een brug te slaan tussen het secundair onderwijs en het bedrijfsleven organiseert de VON in samenwerking met CBL (UIA) en VKW een nationale studiedag rond het thema 'zakelijke communicatie'. Die dag vindt plaats op woensdag 6 maart 1991 (van 9.15 u. tot 17.00 u.) in het aulagebouw van de UIA (parking P3).

Welke behoeften aan taalvaardigheid hebben jonge afgestudeerden van het secundair onderwijs als ze in het bedrijfsleven terechtkomen? Welke verwachtingen leven er in het bedrijfsleven t.a.v. die afgestudeerden? Op die vragen werd een antwoord geformuleerd in twee onderzoeken: één in de provincie Antwerpen bij jongeren in een administratieve baan (UIA) en één in de provincie Oost-Vlaanderen bij jongeren met een TSO-opleiding (Cel voor Provinciaal Onderwijs). Na de voorstelling van de onderzoeksresultaten reageert een panel van deskundigen uit het bedrijfsleven, het onderwijs en de VDAB op een aantal belangwekkende vaststellingen.

In de namiddag (vanaf 14.00 u.) zijn er 9 workshops waarin inhoud uit het bedrijfsleven samenkomen met werkvormen uit het onderwijs. Elke deelnemer kan 3 workshops kiezen uit het volgende aanbod: taalvaardigheid tijdens het sollicitatiegesprek, korte mededelingen en memo's schrijven, schriftelijk rapporteren, doeltreffend en cliëntgericht telefoneren, werken met naslagwerken, bouwsteencorrespondentie, formuliervaardigheid, omgaan met klanten, en het belang van expressief spreken in zakelijke communicatie.

De doelgroep bestaat uit leerkrachten Nederlands en handelscorrespondentie uit het secundair onderwijs, personeelsverantwoordelijken uit bedrijven, schooldirecties, inspectieleden en andere geïnteresseerden.

Alle teksten van de lezingen, discussies en workshops verschijnen in Vonk 21/1-2 (september/oktober 1991).

De deelnameprijs bedraagt 500 fr. voor de volledige dag en 300 fr. voor een halve dag (middagmaal: 220 fr. of eigen lunchpakket). Niet VON-leden betalen 300 fr. voor Vonk 21/1-2.

Inlichtingen: CBL (UIA), Universiteitsplein 1, 2610 Wilrijk, tel. 03/820.29.60.