

BBA- matrix , competentiegebieden en niveaus ten behoeve van IBL.

Uitgangspunt :

De opleiding International Business and Languages maakt onderdeel uit van het domein Commerce en volgt voor het bepalen van de aansluiting op de BBA standaard eenzelfde aanpak als de opleiding CE. De landelijke competenties van IBL zijn rechtstreeks afgeleid uit de domeincompetenties Commerce , verbreed met de specifieke IBL-eigen competentie Intercultural Awareness.(zie annex 1)

Als uitgangspunt wordt de afgesproken BBA standaard genomen, zoals vermeld in het Communicatieplan BBA, opgesteld door het SAC. Hierin wordt uitgegaan van de vier basiscompetenties van een BBA'er:

1. een gedegen theoretische basis verkrijgen;
2. het onderzoekend vermogen verwerven dat hen in staat stelt om bij te kunnen dragen aan de ontwikkeling van het beroep;
3. over voldoende professioneel vakmanschap beschikken;
4. de beroepsethiek en maatschappelijke oriëntatie ontwikkelen die past bij een verantwoordelijke professional.

Ad1. Gedegen theoretische basis

Een pas afgestudeerde BBA'er heeft een theoretische basiskennis op een aantal kernvakgebieden die van belang zijn voor de (internationale) bedrijfsvoering en voor het vormgeven en innoveren van processen in zowel de private als in de publieke sector. Op *welk niveau* een specifieke BBA-opleiding zélf een kernvakgebied aanbiedt en toespitst, hangt samen met het daaraan in het werkveld van die opleiding toegekende belang: dat kan dus variëren!

Die kernvakgebieden zijn¹:

- accounting;
- business law and ethics;
- economics;
- finance;
- management information systems;
- marketing;
- organizational behavior;
- quantitative techniques;
- strategic management.
- operations management.

Ad2.Onderzoekend vermogen

Een pas afgestudeerde BBA'er heeft het onderzoekend vermogen om langs de weg van reflectie en evidence based practice tot (te commercialiseren) innovatie van producten, diensten en processen in zowel de private als de publieke sector te komen. Daartoe heeft de BBA'er in de opleiding kennis en ervaring opgedaan met methoden en technieken van (praktijkgericht) onderzoek. Ook kan een BBA'er daarop reflecteren. Hij of zij heeft in de afstudeerfase van de opleiding bewezen dit onderzoekend vermogen in een concrete beroeps/praktijk-situatie te kunnen uitoefenen..

¹ Aangesloten is bij de *core topics* van het BBA-programma zoals omschreven in het internationale BBA-lemma van Wikipedia (februari 2011).

Ad3. Professioneel vakmanschap

Een pas afgestudeerde BBA-er heeft zich ontwikkeld tot professioneel vakman of –vrouw. Hij of zij:
is innovatief en ondernemend;
bezit goede adviesvaardigheden;
beschikt over goede mondelinge en schriftelijke communicatieve vaardigheden;
houdt rekening met (internationale) cultuurverschillen;
is gericht op (multidisciplinaire) samenwerking;
fungeert als sparringpartner zowel binnen als buiten de eigen werkorganisatie;
ontwikkelt voortdurend de eigen professionaliteit (persoonlijk leiderschap) en draagt bij aan de ontwikkeling van zijn of haar professe in de breedte.

Ad4. Verantwoord handelen

Een pas afgestudeerde BBA-er is zich bewust van de maatschappelijke context van zijn gedurende de opleiding opgedane kennis en vaardigheden. Hij of zij weet dat ethisch handelen onderdeel van zijn of haar professioneel vakmanschap is en moet zijn. Maatschappelijk verantwoord ondernemen, bedrijfsethiek en duurzaamheid zijn onderwerpen van debat in de opleiding.

Werkwijze:

Per BBA competentie heeft de werkgroep bekeken of de onder deze competentie genoemde kennisgebieden, vaardigheden en houdingsaspecten reeds werden afgedekt in de BoKs en domeincompetenties Commerce. Daartoe is voor de competentie Theoretische Kennis een matrix opgesteld. Voor de invulling en betekenis van de diverse kennisgebieden is daarbij gekeken naar de BoKs Business Administration 23-6-2008. Vervolgens is per competentie en kennisgebied bepaald, tot welk niveau (1 t/m 3) de competenties worden afgedekt in de opleidingen van het domein Commerce.

Vergelijking BoKs Business Administration met BoKs Commerce

Ad1. Theoretische kennis

BBA-standaard: matrix Domeincompetenties, niveau IBL met kernvakgebieden BBA.

Kernvakken BBA	accounting	business law and ethics;	economics	finance	management information systems	marketing	organizational behavior	quantitative techniques;	strategic management	operations management	
Deskundigheidsgebieden Bach. Of Commerce											
DC 1 Initiëren en creëren van producten en diensten, zelfstandig en ondernemend.											
Innovatie & productontwikkeling						X					
Marketing (m.n. markt-en afnemerskennis)			X			X					
Ondernemerschap	Onder Professioneel vakmanschap verwoord "innovatief en ondernemend"										
Strategisch management en organisatie					X		X		X	X	
Financieel management	X			X							
Logistiek en inkoop			X							X	
Recht/Juridische zaken		X									
DC 2 Uitvoeren, interpreteren, toetsen en evalueren van marktonderzoek.											
Onderzoeksopzet								X			
Desk research								X			
Kwalitatieve methoden van gegevens verzamelen								X			
Kwantitatieve methoden van gegevens verzamelen								X			
Analyse van onderzoeksresultaten								X			
Interpretatie en rapportage								X			
DC 3 Vaststellen voor een onderneming van de sterktes en zwaktes op basis van een analyse van de interne bedrijfsprocessen en -cultuur, als onderdeel van de waardeketen, en de kansen en bedreigingen op de lokale, nationale en/of internationale markt op basis van relevante (inter)nationale trends.											
Analyse externe omgeving		X	X			X	X				
Analyse interne omgeving		X		X		X	X			X	
SWOT-analyse						X					
DC 4 Ontwikkelen van marketingbeleid (ondernemingsbeleid) voor een nationaal of internationaal opererende onderneming en het kunnen onderbouwen en beargmenteren van gemaakte keuzes.											
Marketingplanning	X	X		X		X			X		
Marketingmanagement						X			X		
Formuleren strategische richting						X			X	X	
DC 5 Opstellen, uitvoeren en bijstellen van plannen vanuit het marketingbeleid (ondernemingsbeleid).											
Opstellen en implementeren						X			X		
Metten van ontwikkelingen						X			X		
Bijstellen van plannen						X			X	X	
DC 6 Ontwikkelen en onderhouden van zakelijke relaties voor inkoop, verkoop en dienstverlening.											
Sales & Relatiemanagement					X						
Marketingcommunicatie						X					
Organisatiestructuren, organisatieculturen en organisatiecompetenties							X		X		

Inkoopmanagement			X		X					X	
Datamanagement					X						
DC 7 Communiceren in meer talen en rekening houdend met culturele verschillen, intern en extern, nationaal en internationaal.											
Interne communicatie	In professioneel vakmanschap verwoord: bezit goede adviesvaardigheden; beschikt over goede mondelinge en schriftelijke communicatieve vaardigheden; houdt rekening met (internationale) cultuurverschillen;										
<u>Nederlands</u> (verplicht) C2-niveau (Hoog opgeleide moedertaalgebruiker) Duitse studenten en studenten die Nederlands niet als moedertaal hebben:: B2/C1											
<u>Engels</u> (verplicht) B1-niveau (Onafhankelijk gebruiker) IBL: B2/C1											
<u>Andere vreemde talen</u> IBL A2-niveau (Basisgebruiker) IBL: 2 talen B1/B2											
Intercultural awareness in professional contexts	In professioneel vakmanschap verwoord										
DC 8 Leidinggeven aan een bedrijf, een bedrijfs onderdeel, bedrijfsprocessen of een project.											
Projectleiding										X	
Managementtechnieken		X			X		X		X	X	
HRM							X			X	



Niveau 1



Niveau 2



Niveau 3

Toelichting matrix:

Niveaus:

Onder niveau 1 wordt verstaan het basisniveau, waarin de student basiskennis opdoet en eventuele beroepsproducten onder uitgebreide begeleiding op operationeel niveau kan samenstellen.

Onder niveau 2 wordt verstaan het vervolgniveau, waarbij de student uitgebreidere kennis opdoet, en kennis leert toepassen op tactisch niveau, onder beperkte begeleiding.

Onder niveau 3 wordt het beroepsbekwame niveau verstaan, waarbij de student op strategisch niveau, onafhankelijk kan analyseren, managen en beleidsbepalende beslissingen kan nemen.

De IBL competentie **Internationale Communicatie (zie annex 1)** is een competentie, die bestaat uit Commerce DC 7 en elementen van DC8 en DC9 (professioneel handelen) en wordt beheerst op niveau 3. Deze competentie heeft met de kennisgebieden van BBA weinig raakvlakken, maar wel met de BBA basiscompetentie Professioneel Vakmanschap.

De IBL competentie **Intercultural awareness** (zie annex 1) onderscheidt de IBL student van een andere Commerce student, en geeft daarmee een karakteristieke invulling aan het IBL -profiel. Dit is een veelomvattende competentie die elementen van de basiscompetenties BBA bevat. Intercultural awareness wordt op niveau 3 beheerst.

Annex 1

3. DE EINDKWALIFICATIES IBL: IBL BEKENT KLEUR

De eindkwalificaties IBL bestaan uit een *competenties IBL* plus de *Body of Knowledge IBL*. De beheersing van de *Body of Knowledge IBL* is voorwaardelijk voor de competentiebeheersing. Het IBL-profiel *IBL bekent kleur* beschrijft de gemeenschappelijke basis van de IBL-opleidingen. De rest is ter invulling aan de opleidingen zelf die voor dat deel ook nog weer andere kaders kunnen gebruiken. De meeste IBL-opleidingen vullen hun opleiding en hun vrije deel met een marketing-accent in. Daarom geven ze bij hun IBL-diploma de bachelor of commerce af. Enkele opleidingen vullen hun opleiding en hun vrije deel met een bedrijfsmatig-accent in. Die geven daarom bij hun IBL-diploma de bachelor of business administration af (en niet ook nog de bachelor of commerce).

3.1. Competenties IBL

Op basis van bovenstaande overwegingen, concludeert het landelijk opleidingsoverleg IBL dat binnen de professionele beroepsbeoefening drie competentiegebieden centraal staan. De titel van het landelijk Beroeps- en Competentieprofiel *IBL bekent kleur* verwijst naar deze drie competentiegebieden die elk een eigen kleur hebben en tezamen de eigen kleur aan IBL geven. Deze drie competentiegebieden zijn:

- Competenties op basis waarvan de IBL'er in staat is tot internationaal zaken doen: *international business* is de kern van beroepsbeoefening;
- Competenties op basis waarvan de IBL'er in staat is tot *international communication* zijn noodzakelijk verbonden aan - en voorwaarde voor international business;
- Competenties op basis waarvan de IBL'er in staat is in diverse culturen te werken, *intercultural awareness*, zijn evenals international communication noodzakelijk verbonden aan - en voorwaarden voor international business.

Het landelijk opleidingsoverleg heeft deze drie kerncategorieën als uitgangspunt genomen. Daarin heeft ze de beroepsbepalingen, de ontwikkelingen, de landelijke domeincompetenties uitgewerkt tot de verschillende deelcompetenties. Wij geven in de uitwerkingen steeds tussen haakjes aan naar welke van de domeincompetenties Commerce wordt verwezen. Wij geven ook het niveau aan dat IBL moet bereiken. De detailuitwerkingen van de deelcompetenties corresponderen met uitwerkingen van de domeincompetenties, soms zijn enkele uitwerkingen van de domeincompetenties Commerce samengevoegd, soms meer in een internationaal kader gezet. Zeker is dat onderstaande competenties **de leidende competenties voor alle IBL opleidingen** zijn.

1. International Business.

De IBL'er is in staat om op professionele wijze de bedrijfsmatige, met name de commerciële processen rondom internationaal zaken doen te ontwikkelen, aan te sturen en uit te voeren

<i>Initiëren, en creëren van (hedendaagse) producten en diensten t.b.v. een grotere of kleinere internationale markt (= Domeincompetentie Commerce 1, niveau 2).</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Signaleren en opsporen van nieuwe ontwikkelingen, rekening houdend met klanten en concurrenten en deze (laten) vertalen in producten of diensten;2. Ontwikkelen van creatieve ideeën en concepten en omzetten, samen met anderen, van concepten in een product of een dienst en zorgen voor de organisatie van het (laten) maken ervan.
--	---

<p>Uitvoeren, interpreteren, toetsen en evalueren van (<i>internationaal</i>) <i>marktonderzoek</i> (= <i>Domeincompetentie Commerce 2, niveau 2</i>).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formuleren van een probleemstelling en een onderzoeksvraag (of meerdere onderzoeksvragen) vanuit een gegeven context; 2. Maken van een onderzoeksplan met daarin een verantwoording van de keuze voor kwalitatief dan wel kwantitatief onderzoek; 3. Maken van een vragenlijst die aansluit op een set van onderzoeksvragen. 4. Uitvoeren van het onderzoek, gebruikmakend van de geijkte methoden voor het type onderzoek; 5. Verwerken van de data, toepassen van eenvoudige statistiek m.b.v. een statistisch pakket en trekken van conclusies; 6. Maken van een rapport met grafische voorstellingen en verantwoorden van onderzoeksresultaten aan de opdrachtgever; 7. Evalueren van het uitgevoerde onderzoek.
<p><i>Internationale Marktanalyse en Concurrentieanalyse</i>. Vaststellen voor een onderneming van enerzijds de sterktes en zwaktes op basis van een analyse van de interne bedrijfsprocessen en –cultuur, als onderdeel van de waardeketen, en anderzijds van de kansen en bedreigingen op de internationale markten op basis van relevante nationale en internationale trends (= <i>Domeincompetentie Commerce 3, niveau 3</i>).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Analyseren</i>: Opstellen en uitvoeren, samen met anderen, van een SWOT-analyse vanuit een gegeven context, een internationaal marktanalyseplan vanuit een of meerdere contexten en een analyse van het internationale concurrentievermogen van de organisatie ; 2. <i>Beoordelen</i>: Concluderen en beoordelen van strategische opties voor de nationale en/of internationale markt op basis van de analyse van beschikbare en mogelijk onvolledige informatie en het aangeven van belangentegenstellingen 3. <i>Inschatten</i> van investeringsrisico's/financiële haalbaarheid en adviseren omtrent investering (van geld, tijd, energie) in internationale situaties die maar in zeer beperkte mate voorspelbaar of beheersbaar zijn; 4. Rapporteren en overtuigend presenteren van de resultaten en verantwoorden van de analyse, inclusief verantwoorden van de aanpak en geven van een advies over het vervolgtraject.

<p>Ontwikkelen van <i>marketingbeleid</i> voor een internationaal opererende onderneming en het kunnen onderbouwen en beargumenteren van gemaakte keuzes (= Domeincompetentie Commerce 4, niveau 2).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Benoemen van een aantal opties op basis van een SWOT-analyse die voor een opdrachtgever is uitgevoerd; 2. Structureren van de opties en terugbrengen tot een haalbaar aantal prioriteiten. 3. SMART formuleren van enkele marketingdoelstellingen voor de korte of middellange termijn; 4. Ontwerpen van een marketingplan voor de verwezenlijking van deze doelstellingen, inclusief de organisatorische en financiële consequenties waarbij expliciet rekenschap wordt afgelegd van de inzet van – en betekenis van hedendaagse media t.b.v. de internationale marketing van de onderneming.
<p>Opstellen, uitvoeren en bijstellen van <i>diverse plannen m.b.t. internationalisering</i> op basis van het beleid internationale marketing (= Domeincompetentie Commerce 2, niveau 3).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analyseren en onderzoeken, zelfstandig, van veranderingen voor alle functionele gebieden van de organisatie, uitgaande van een complexe marketingprobleemstelling; 2. Ontwikkelen, uitvoeren en bijstellen, zelfstandig, van een plan (voor communicatie, internationale inkoop en/of verkoop/ import en export, distributie, organisatie,) op basis van een complexe marketingprobleemstelling; 3. Maken, samen met anderen, van een volledig internationaal ondernemingsplan waarbij ook rekenschap wordt afgelegd van kwesties rondom duurzaamheid, kwaliteitszorg, en maatschappelijk ondernemen en internationale regelgeving rondom import & export; 4. Op overtuigende wijze presenteren van de analyse en conclusies aan management en andere doelgroepen voor het verkrijgen van instemming met en draagvlak voor de uitvoering.

<p><i>Internationale Sales en Internationaal account management. Ontwikkelen, onderhouden en verbeteren van internationale zakelijke relaties ten behoeve van inkoop, verkoop en dienstverlening en het verkopen van producten en/of diensten mede met behulp van moderne media (zoals CRM, customer relationship management) (= Domeincompetentie Commerce 6, niveau 2);</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Onderscheiden van consumentengroepen in termen van prospects en suspects. Onderscheiden en beschrijven van afnemersgroepen en afstemmen van de (marketing)communicatie op deze afnemersgroepen; 2. Opstellen van een internationaal accountprofiel en effectieve inkoop- en verkoopstrategie; 3. Vervaardigen van een verkoopmap voor het doelland, met alle relevante informatie; 4. Verkopen en voeren van effectieve onderhandelingen, in drie moderne vreemde talen; 5. Ontwerpen van een effectieve in- en verkooporganisatie en onderhouden van een eigen relatienetwerk; 6. Voeren van schriftelijke communicatie ten behoeve van inkoop en verkoop; 7. Benutten van kansen om grenzen te verleggen en nieuwe relaties aan te gaan, die leiden tot bijv. een transactie, contract of zakelijke afspraak.
---	--

2. International Communication.

De IBL'er is in staat om internationale zakelijke communicatie op professionele wijze in drie moderne vreemde talen vorm te geven.

<p>Communiceren in drie moderne vreemde talen en rekening houdend met culturele verschillen, intern en extern, nationaal en internationaal (= <i>Domeincompetentie Commerce 7, niveau 3: hoger niveau voor drie moderne vreemde talen dan in domeincompetenties commerce</i>).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beheersen van de Engelse taal op het taalniveau C1 voor de vaardigheden lezen en luisteren. Voor de vaardigheden schrijven, spreken en gesprekken voeren is het niveau minimaal B2. De twee andere moderne vreemde talen worden voor de vaardigheden lezen en luisteren beheerst op niveau B2 en voor de vaardigheden schrijven, spreken en gesprekken voeren is het niveau minimaal B1; 2. Adviseren over aspecten van de cultuur, samenleving en gedragspatronen in alle landen of regio's waar deze moderne vreemde talen formeel gelden en/of worden gebruikt; 3. Adviseren over het adequaat inspelen op verschillen in bedrijfsculturen binnen landen of regio's waar deze moderne vreemde talen formeel gelden en/of worden gebruikt.
--	---

<p>Leiding geven aan een internationaal bedrijf, een internationaal bedrijfsonderdeel, bedrijfsprocessen of een internationaal project op het gebied van internationale in- en verkoop en internationale communicatie (= <i>Domeincompetentie Commerce 8, niveau 2</i>).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hanteren van een eenvoudige conflictsituatie in een (internationaal) team en/of projectgroep; 2. Omgaan met onverwachte gebeurtenissen, die processen in de projectgroep/team/afdeling verstoren en reageren op adequate wijze met hulp van derden; 3. Geven van leiding op resultaatgerichte wijze, onder begeleiding of supervisie, aan een eenvoudig bedrijfsonderdeel of project; 4. Formuleren van lange termijn doelen en deze vaststellen in overleg binnen de projectgroep/team en tijdig tussentijds toetsen op haalbaarheid; 5. Schatten naar waarde van de bijdrage van een medewerker of lid van projectgroep en feedback geven naar de projectgroep.
<p>Inter-persoonlijke, sociale en communicatieve vermogens (= <i>Domeincompetentie Commerce 9, niveau 3</i>):</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Samenwerken in een beroepsomgeving en meedenken over doelen en inrichting van de organisatie houdt in: multidisciplinariteit en interdisciplinariteit, klantgerichtheid, collegialiteit, leidinggeven (het sociale deel van de competentie); 2. Communiceren intern op alle niveaus, effectief en in de gangbare bedrijfstaal in termen van beroepstaken. Dit omvat zaken als het opstellen en schrijven van plannen en notities, informeren, overleg voeren, draagvlak creëren, stimuleren, motiveren, overtuigen, verwoorden van besluiten.

3. Intercultural Awareness.

De IBL'er heeft inzicht en kennis van het belang van interculturele verschillen op de diverse fases van het proces van internationaal zaken doen en kan zich inleven in verschillende culturen ter ondersteuning van de bedrijfsmatige processen rondom internationaal zakendoen.

<p><i>Persoonlijk professionele Internationale vermogens.</i> Het beroep van de IBL'er wordt mede gekarakteriseerd doordat hij regelmatig voor kortere of langere tijd in het buitenland opereert en zowel in direct contact met de klant als op indirecte wijze (promotie, onderzoek) op de plek de betreffende bedrijfsbelangen behartigt. Hij moet daarbij in alle internationale regio's waar het bedrijf belangen heeft, kunnen opereren. Dat vraagt van de IBL'er een aantal meer specifieke persoonlijk professionele vermogens (=nieuwe competentie alleen voor IBL)</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Interesse in - , nieuwsgierigheid naar andere culturen en een inlevingsvermogen in andere culturen (<i>culturele intelligentie</i>);2. Ondernemingslust en reislust ten behoeve van oplossing van voor het bedrijf belangrijke problemen en kwesties die zich in het buitenland afspelen;3. Omgaan met onzekerheid, maatschappelijk weerbaar zijn en moed hebben om zich in voor hem of haar vreemde situaties te begeven. Hiermee wordt bedoeld dat de IBL'er regelmatig terechtkomt in voor hem of haar onbekende buitenlandse context en in staat moet zijn om te gaan met de onzekerheid en vragen die deze context met zich mee brengt;4. Zich aanpassen aan de internationale omgeving waarin hij moet opereren. De waarden en normen kunnen respecteren en handelswijzen uitvoeren;5. Verschillen overbruggen, voortkomend uit cultuurgebonden gedrag in elke fase van het proces van business relations en daarbij tonen van voldoende persoonlijke stevigheid, zowel zakelijk als moreel;6. De producten en diensten van de eigen organisatie zodanig kennen dat hij/zij erover kan communiceren met buitenlandse afnemers of toeleveranciers.
--	---

<p>Zelfsturende competentie (intrapersoonlijk, beroepsbeoefenaar of professional) (= <i>Domeincompetentie Commerce 10, niveau 3</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Sturen en reguleren van de eigen ontwikkeling ten aanzien van leren, resultaat gericht werken, initiatief nemen en zelfstandig optreden, flexibiliteit;2. Nadenken en reflecteren over en verantwoording nemen voor eigen handelen wat wijst op betrokkenheid en kritische zelfbeoordeling;3. Ontwikkelen van een beroepshouding met ruimte voor normatief-culturele aspecten, respect voor anderen, een beroepscode en ethische principes voor het professioneel handelen;4. Leveren van een bijdrage aan de verdere professionalisering van de branche, publicaties, bijdragen aan congressen, enzovoort.
--	---

