

DE WERELD VAN SPORTCOMMUNICATIE



INHOUD

VOORWOORD	3
PERIODE-UITLEG	4
DE WERELD VAN DE SPORTCOMMUNICATIE	5
WEEK 1	6
WEEK 2	8
WEEK 3	10
WEEK 4	12
WEEK 5	13
WEEK 6	14
HERFSTVAKANTIE	15
WEEK 7	16
WEEK 8	18
WEEK 9	20
TOETSING	21

VOORWOORD

Welkom bij SPECO Sportcommunicatie! Je bent vast benieuwd wat je de eerste weken te wachten staat. Dat vertellen we je in dit periodeboek.

In deze periode staat de lokale sportvereniging centraal. Je kiest met een klasgenoot een vereniging waarvoor jullie samen aan de slag gaan. Dat mag je eigen club zijn, maar ook een andere vereniging. Elke week ga je met gerichte opdrachten kijken naar die sportvereniging. Uiteraard ligt daarbij de nadruk op de communicatie van de vereniging met allerlei belangrijke groepen, zoals leden, vrijwilligers en sponsors. Maar je kijkt ook naar de structuur van de organisatie en de financiën van de club.

Om de opdrachten goed te kunnen uitvoeren bieden we colleges aan waarin we alle belangrijke kennis op tijd met je delen. Ook krijg je workshops om je vaardigheden te verbeteren, in deze periode met name je schrijfvaardigheid. En we coachen jullie om van dit eerste project meteen een succes te maken. Alle opdrachten die je maakt voor je sportvereniging bundel je in een dossier. Dit noemen we een beroepsproduct. Zowel de inhoud als het proces dat heeft geleid tot de realisatie van dit eindproduct toetsen we. Over de kennis uit alle colleges krijg je een kennistoets met meerkeuze- en open vragen. Je schrijfvaardigheid toetsen we in een toets waarbij je een nieuwsbericht moet schrijven over informatie die je krijgt aangereikt.

In dit periodeboek lees je wat we precies gaan doen, per week uitgewerkt.

We wensen je heel veel plezier!

René Foolen (periodemanager) & Lars Hagen (opleidingscoördinator)



PERIODE-UITLEG

Periode 1: De wereld van de sportcommunicatie

Deze periode staat de lokale sportvereniging centraal. Een organisatie die vaak vooral bestaat uit vrijwilligers. Die kunnen wij op een goede manier helpen. Door nieuwe kennis in te brengen of om de tijd te nemen zaken te onderzoeken. Tijd die vaak ontbreekt in de agenda van de drukbezette vrijwilliger.

Zoals je in de inleiding al kon lezen, gaan we de vereniging 'doorlichten' op basis van diverse opdrachten. Kernwoorden deze periode zijn: corporate communicatie, interne communicatie, marketingcommunicatie, media, sportlandschap, begroting, en communicatieadvies. De vereniging krijgt van jullie dus inzicht in de huidige aanpak en een advies hoe ze de inzet van communicatie en media kunnen verbeteren.

Onderstaand de leerdoelen waar we deze periode aan werken.



Leerdoelen periode 1:

- De student kan de definitie van sport geven en kan de unieke eigenschappen van sport benoemen;
- De student kan processen die gelden bij de totstandkoming van nieuws zoals gebracht door traditionele media herkennen;
- De student kan de definitie van communicatie en de communicatievormen (corporate, interne en marketingcommunicatie) geven en kan de belangrijkste communicatietheorieën en -modellen benoemen en toelichten;
- De student kan de opkomst en ontwikkeling van de sport herkennen en uitleggen;
- De student kan het Nederlandse sportlandschap en de partijen die daar een rol in spelen als geheel en in onderlinge samenhang beschrijven;
- De student kan de verschillen en overeenkomsten tussen het Nederlandse, Europese en het Amerikaanse sportmodel schetsen en toelichten;
- De student kan verschillende nieuwsbehoefte die mensen (kunnen) hebben toelichten;
- De student kan aangeven wat het belang is van de mediaprocessen rondom grote sportevenementen;
- De student kent de onderdelen van de begroting van een sportclub, zowel qua opbrengsten als qua kosten, en kan deze toelichten;
- De student kan de rol en de populariteit van sport in media verklaren;
- De student kan het belang van communicatie voor een sportvereniging formuleren;
- De student kan een nieuwsbericht schrijven volgens een journalistieke structuur en stijl en correct gespeld;
- De student kan inzichten analyseren en op basis hiervan een advies geven.

DE WERELD VAN DE SPORTCOMMUNICATIE

In 2017 waren 76 sportbonden aangesloten bij NOC*NSF. Het totale ledenbestand van NOC*NSF bestond in 2017 uit 5.194.000 lidmaatschappen (NOC*NSF, 2017). Kortom: er zijn in Nederland heel veel mensen die sporten in verenigingsverband. Dit aantal daalt alleen wel licht. Daarentegen stijgt de sportdeelname onder Nederlanders wel. Er wordt meer ongeorganiseerd gesport, denk aan hardlopen, zwemmen of fietsen in niet-verenigingsverband.

Verenigingen staan dus voor de uitdaging om de huidige leden te behouden en nieuwe leden te werven. Ditzelfde geldt voor het kader, denk aan trainers, coaches, bestuurders en andere vrijwilligers. En niet te vergeten sponsors die ervoor zorgen dat de club extra inkomsten geniet.

Om al die doelgroepen te binden, speelt communicatie in brede zin een rol. Clubgevoel opbouwen in een tijd van toenemende individualisering is een uitdagende opgave. Daar gaan wij deze periode mee aan de slag. Zodat jullie de vereniging waarvoor je werkt hierover kunt adviseren. Om een goed advies te kunnen geven, moet je eerst goed onderzoeken en analyseren hoe de huidige communicatie functioneert en met welk resultaat. Daarna kun je de club van bruikbare aanbevelingen voorzien. En als het goed is, gaat de vereniging ook echt iets met jouw advies doen. Kortom: jullie maken samen de club sterker!



WEEK 1

Onderwijsweek 1 (2 – 8 september)

Goede introductie gehad? En al een beetje geland na de kick off? In deze eerste week probeer je helder te krijgen wat we van je verwachten deze periode. Lees daarom dit periodeboek goed door en stel vooral veel vragen.

Daarnaast vorm je deze week met een studiegenoot een projectduo. Jullie gaan samen aan de slag.

Dus: stel met elkaar vast hoe je wilt samenwerken deze periode en maak daar heldere afspraken over.

Aan de slag!

Kies deze week een lokale sportvereniging (jouw club of een andere club) waar je in duo's een analyse van maakt en die je advies gaat geven. De keuze voor de vereniging is vrij, de enige voorwaarde is dat deze is aangesloten bij een sportbond.

Leg zo snel mogelijk contact met de voorzitter of een ander bestuurslid van de club en vraag toestemming dat je deze opdracht negen weken lang voor de club mag uitvoeren. Wacht niet met contact leggen, bestuurders hebben meestal een goed gevulde agenda. Spreek meteen af dat je deze persoon in week 5 (in kaart brengen sportlandschap) en week 8 (bespreken van jullie aanbevelingen) nodig hebt. Dit kan maar vast in de agenda staan.

Schrijf deze week alvast een inleiding waarmee je anderen, bijvoorbeeld de beoordelaar van je dossier, kennis laat maken met de vereniging. Geef in deze inleiding aan wat het voor een club is, wat de club betekent voor de lokale gemeenschap, hoeveel leden de club heeft (eventueel met een verdeling over man/vrouw, jeugd/senioren), kort iets over de historie van de club (wanneer opgericht, hoogte- en dieptepunten), wat de club wil bereiken (missie/visie) en hoe de club gestructureerd is (organogram). Heb je nog meer belangrijke informatie voor de lezer van jouw dossier? Neem die dan gerust mee. Een inleiding van twee tot drie pagina's vinden we een mooie lengte. Dus vermeld alleen de echt relevante informatie.



Wat ga je leren?

- Wat communicatie betekent;
- Wat sport betekent.

Welke ondersteuning krijg je?

- Kick off periode 1
- Hoorcollege introductie Sportcommunicatie (Wat is communicatie?)
- Hoorcollege introductie Wereld van de Sport (Wat is het wezen van sport?)
- Workshop Mediadesign (helpt van de klas deze week, andere helft volgende week)
- Workshop presenteren (helpt van de klas deze week, andere helft volgende week)
- Workshop Professioneel Schrijven
- Workshop spelling
- Workshop Engels
- Project- en procescoaching

Wat lever je op?

Je schrijft deze week je eerste hoofdstuk van je dossier. Noem het een inleiding. Hierin neem je o.a. mee:

- wat het voor club is;
- wat de club betekent voor de lokale gemeenschap;
- hoeveel leden de club heeft (eventueel met een verdeling over man/vrouw, jeugd/senioren);
- kort iets over de historie van de club (wanneer opgericht, hoogte- en dieptepunten);
- wat de club wil bereiken (missie/visie);
- hoe de club gestructureerd is (organogram).

Welke bronnen gebruik je?

- De essentie van communicatie (Michels, 2017)
- Beschikbaar gestelde colleges op de Fontys-portal
- Website van jullie vereniging
- Hogeschooltaal.nl

Let op: je start deze week met het vormen van je dossier. Dus leg alle informatie die je vindt zorgvuldig vast in een Word-document. Maak als duo goede werkafspraken met elkaar over bijvoorbeeld het opslaan, bewerken en delen van bestanden (bijv. via een Cloud-tool?) en de naamgeving van bestanden (bijv. 'Achternamen_dossierperiode1_datum').

WEEK 2

Onderwijsweek 2 (9 - 15 september)

De basis van alle vormen van communicatie is corporate communicatie. Daarbij staat de persoonlijkheid van de vereniging centraal. Welke waarden vindt jouw vereniging van belang? En hoe zorgen ze ervoor dat die persoonlijkheidswaarden zichtbaar worden voor alle publieksgroepen door middel van communicatie, gedrag en symbolen? Om de corporate communicatie goed in beeld te brengen, maken we gebruik van de corporate identitymix (Birkigt & Stadler).

Op de communicatie zoomen we nog wat nadrukkelijker in. Welke middelen gebruikt de vereniging en met welk doel doet de club dat? Ben daarbij heel kritisch. Slaagt de vereniging erin om de persoonlijkheid via al deze middelen goed over te brengen zodat de ontvangers een helder beeld krijgen van die persoonlijkheid? Daarbij kun je ook kijken hoe succesvol een bepaald middel is. Je kunt vrij snel achterhalen hoeveel volgers een Facebookpagina of Instagramaccount heeft. Maar misschien mag je ook wel met Google Analytics kijken hoe belangrijk de website voor de club is. Probeer al deze zaken zo goed en compleet mogelijk vast te leggen. Stel vast wat de vereniging al goed doet en waar de club kansen heeft om het nog beter te doen. Dat laatste neem je mee voor je totaaladvies dat je aan het einde van het dossier formuleert. Daarin breng je alle deelconclusies van de weekopdracht bij elkaar en probeer je vast te stellen of er wellicht ook nog samenhang in zit.



Wat ga je leren?

- Wat corporate communicatie betekent;
- Wat nieuws betekent.

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Sportcommunicatie (Corporate communicatie)
- Hoorcollege Sportmedia (Wat is nieuws?)
- Workshop Professioneel Schrijven
- Workshop Spelling
- Workshop Engels
- Project- en procescoaching
- Persoonlijke coaching, deze week starten we met persoonlijke kennismakingsgesprekken met je SLB'er.

Wat lever je op?

Je schrijft deze week je tweede hoofdstuk van je dossier over corporate communicatie.

Hierin neem je o.a. mee:

- wat de persoonlijkheid(swaarden) van de club zijn;
- hoe die persoonlijkheid terug te zien is in symbolen, zoals clublogo en huisstijl;
- hoe die persoonlijkheid terug te zien is in het gedrag van bestuur, vrijwilligers, leden, enz.;
- hoe die persoonlijkheid terug te zien is in de communicatie, door een overzicht van alle middelen te maken en vast te stellen hoe ze bijdragen aan de overdracht van de persoonlijkheid;
- hoe succesvol de verschillende middelen zijn, zodat je ook hun belang voor de vereniging kent (hoeveel bereik, hoeveel impact, enz.);
- wat de club allemaal goed doet en op welke punten de club zich op het gebied van corporate communicatie nog kan verbeteren.

Welke bronnen gebruik je?

- De essentie van communicatie (Michels, 2017)
- Beschikbaar gestelde colleges op de Fontys-portal
- Website van jullie vereniging
- Hogeschooltaal.nl (vergeet niet zelf te blijven oefenen!)

WEEK 3

Onderwijsweek 3 (16 - 22 september)

Deze week staat de interne communicatie van de club centraal. In je inleidende hoofdstuk (week 1) heb je al beschreven hoe de interne organisatie van de club eruit ziet. Daarvoor heb je mogelijk een organogram gebruikt of gemaakt. Deze week gebruik je dat om de visie van de club op interne communicatie uit te werken. Kent de club een actievisie of juist een interactievisie? En waar blijkt dit uit? Ook breng je met behulp van het organogram de informatiestromen in beeld en geef je aan welke informatiesoorten de club daarbij gebruikt. Tot slot maak je een doelgroep-middelen matrix waarmee je laat zien hoe de club de communicatie binnen de vereniging vormgeeft. Maak ook weer een analyse: wat gaat goed, wat kan beter?

Wat ga je leren?

- Wat interne communicatie betekent;
- Hoe sport zich in de geschiedenis ontwikkeld heeft.

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Sportcommunicatie (Interne communicatie)
- Hoorcollege Wereld van de Sport (Hoe heeft sport zich in de geschiedenis ontwikkeld?)
- Workshop Professioneel Schrijven
- Workshop Mediadesign (helpt van de klas deze week, andere helft volgende week)
- Workshop presenteren (helpt van de klas deze week, andere helft volgende week)
- Workshop Spelling
- Workshop Engels
- Project- en procescoaching
- Persoonlijke coaching, deze week gaan we verder met persoonlijke kennismakingsgesprekken

Wat lever je op?

Je schrijft deze week je derde hoofdstuk van je dossier over interne communicatie.

Hierin neem je o.a. mee:

- welke visie de club hanteert op het gebied van interne communicatie;
- welke interne communicatiestructuur de vereniging gebruikt (gekoppeld aan het organogram);
- welke informatiestromen er bestaan binnen de club;
- welke informatiesoorten de vereniging inzet;
- welke interne communicatiemiddelen de club benut en voor wie welk middel bedoeld is;
- de analyse wat er goed gaat op het gebied van interne communicatie en wat er beter kan.



Welke bronnen gebruik je?

- De essentie van communicatie (Michels, 2017)
- Beschikbaar gestelde colleges op de Fontys-portal
- Website van jullie vereniging
- Hogeschooltaal.nl (vergeet niet zelf te blijven oefenen!)

WEEK 4

Onderwijsweek 4 (23 - 29 september)

Mensen hebben op verschillende manieren behoefte aan nieuws. De NOS heeft hiervoor een model ontwikkeld: het Nieuwsbehoeftemodel. Dit laat zien dat er vier verschillende soorten nieuwsbehoeften zijn die voor een mediabedrijf bepalend zijn hoe het nieuws te brengen (via wat voor soort format). Beschrijf hoe jullie vereniging gebruik maakt van deze nieuwsbehoeften. Breng voor iedere nieuwsbehoefte in kaart hoe de vereniging daar nu op inspeelt (via welk communicatiemiddel en met wat voor soort content?). Geef daarnaast bij iedere nieuwsbehoefte advies hoe ze nog beter zouden kunnen inspelen op de wensen van de verschillende doelgroepen. Bedenk minstens drie nieuwe formats per nieuwsbehoefte.

Wat ga je leren?

- Welke nieuwsbehoeften er bestaan en hoe je daarop inspeelt;
- Hoe je een nieuwsbericht schrijft volgens de journalistieke schrijfstijl.

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Sportmedia (Nieuwsbehoeftemodel NOS)
- Workshop Professioneel Schrijven
- Workshop Mediadesign (helpt van de klas deze week, andere helft vorige week)
- Workshop Presenteren (helpt van de klas deze week, andere helft vorige week)
- Workshop Spelling
- Workshop Engels
- Project- en procescoaching
- Persoonlijke coaching, deze week gaan we verder met persoonlijke kennismakingsgesprekken

Wat lever je op?

Je schrijft deze week je vierde hoofdstuk van je dossier over nieuwsbehoefte. Hierin neem je o.a. mee:

- welke formats de vereniging momenteel gebruikt om te voorzien in iedere nieuwsbehoefte;
- tips voor de vereniging hoe ze andere formats/content kunnen publiceren om beter in te spelen op de verschillende nieuwsbehoeften.

Welke bronnen gebruik je?

- Beschikbaar gestelde colleges op de Fontys-portal
- Website van jullie vereniging
- Hogeschooltaal.nl (vergeet niet zelf te blijven oefenen!)

WEEK 5

Onderwijsweek 5 (30 september – 6 oktober)

Een vereniging staat niet op zich. Deze maakt onderdeel uit van het totale sportlandschap. In dat landschap zie je dat allerlei andere organisaties actief zijn die voor jouw sportvereniging van belang zijn. Denk daarbij aan bonden, districten, rijk, provincie, gemeente, andere sportclubs, goededoelenacties, enz. Deze week gaan jullie dat sportlandschap voor jullie vereniging in kaart brengen.

Een belangrijke factor zijn natuurlijk de (externe) media. Die kunnen een belangrijke rol spelen in het beeld dat anderen van de sportvereniging krijgen, zowel in positieve als in negatieve zin. Maak een overzicht van de lokale en regionale media die voor jouw club belangrijk zijn. Geef aan met welke media de vereniging wel of geen relatie heeft. Doe dit op basis van een interview met de voorzitter of een ander bestuurslid (bijv. bestuurslid PR & Communicatie) van de vereniging.

Wat ga je leren?

- Hoe het sportlandschap in Nederland eruit ziet;
- Hoe de relatie tussen de sportwereld en de (sport)media is;

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Sportmedia (Relatie sport-media)
- Hoorcollege Wereld van de Sport (Sportlandschap Nederland)
- Workshop Professioneel schrijven
- Workshop Mediadesign (helft van de klas deze week, andere helft volgende week)
- Workshop Presenteren (helft van de klas deze week, andere helft volgende week)
- Workshop Spelling
- Workshop Engels
- Project- en procescoaching

Wat lever je op?

Je schrijft deze week je vijfde hoofdstuk van je dossier over de plaats van jouw vereniging in het sportlandschap:

- hoe ziet het sportlandschap er specifiek voor jouw vereniging uit?
- op welke manier (gespreksonderwerp, ervaringen omtrent samenwerking etc.) heeft de vereniging contact met de relevante partijen in het sportlandschap?

Welke bronnen gebruik je?

- Beschikbaar gestelde colleges op de Fontys-portal
- Website van jullie vereniging
- Hogeschooltaal.nl (vergeet niet zelf te blijven oefenen!)

WEEK 6

Onderwijsweek 6 (7 - 13 oktober)

Een belangrijke factor in de sportwereld zijn natuurlijk de (externe) media. Die kunnen een belangrijke rol spelen in het beeld dat anderen van de sportvereniging krijgen, zowel in positieve als in negatieve zin. Maak een overzicht van de lokale en regionale media die voor jouw club belangrijk zijn. Geef aan met welke media de vereniging wel of geen relatie heeft. Doe dit op basis van een interview met de voorzitter of een ander bestuurslid (bijv. bestuurslid PR & Communicatie) van de vereniging.

Wat ga je leren?

- Wat marketingcommunicatie is.
- Hoe een begroting van een sportvereniging eruit ziet.
- Hoe het Europese sportmodel verschilt van het Amerikaanse.

Ook krijg je deze week de kans om bij Professioneel Schrijven een oefentoets te maken. Zie het als een generale repetitie voor de echte vaardigheidstoets in onderwijsweek 8.

Welke ondersteuning krijg je?

- Hoorcollege Sportcommunicatie (Marketingcommunicatie)
- Hoorcollege Sporteconomie (Begroting van een sportvereniging)
- Hoorcollege Wereld van de Sport (Europese en Amerikaanse sportmodel)
- Workshop Mediadesign (helpt van de klas deze week, andere helft vorige week)
- Workshop Presenteren (helpt van de klas deze week, andere helft vorige week)
- Workshop Spelling
- Workshop Engels
- Project- en procescoaching, waarbij we je helpen om dit project tot een succes te maken

Wat lever je op?

Je schrijft deze week je zesde hoofdstuk van je dossier over de relatie met de lokale/regionale (sport)media. Hierin neem je o.a. mee:

- welke relatie jouw club heeft met de lokale/regionale (sport)media;
- wat de club kan doen om deze relatie(s) uit te bouwen.

Welke bronnen gebruik je?

- De essentie van communicatie (Michels, 2017)
- Beschikbaar gestelde colleges op de Fontys-portal
- Website van jullie vereniging
- Hogeschooltaal.nl (vergeet niet zelf te blijven oefenen!)



14-20 oktober

HERFSTVAKANTIE

WEEK 7

Onderwijsweek 7 (21 - 27 oktober)

Een vereniging heeft leden, sponsors en supporters nodig om succesvol te zijn. Marketingcommunicatie kan een bijdrage leveren om de club 'te verkopen' aan potentiële leden, fans en sponsors. Op die drie groepen richten jullie je deze week. Ga na hoeveel leden en sponsors de vereniging heeft en hoe die aantallen zich de laatste drie jaar ontwikkeld hebben. Laat zien wat de club aan marketingcommunicatie doet, gericht op leden en sponsors en welke ambities de club hierin heeft. Kijk ook eens of de club actief bezig is om fans te creëren en wat dat oplevert.

Ook gaan we deze week kijken naar de begroting van jullie club. Wat zijn de belangrijkste inkomstenbronnen voor de vereniging? Maar ook de belangrijkste kostenposten voor de club. Als je de inkomsten en de kosten naast elkaar zet, lukt het de club dan om een positief resultaat te realiseren? Als communicatiespecialist kijk je natuurlijk nog wat dieper naar de inkomsten en uitgaven die te maken hebben met communicatie, media en sponsoring. Maak daar een overzicht van en leg vast wat jullie hierin opvalt. Welk advies geef je de club mee?

Toetsing

In deze week ga je de eerste toets maken van de opleiding: kennistoets 1. Tijdens de hoorcolleges Sportcommunicatie, Sportmedia, Sporteconomie en Wereld van de sport heb je veel kennis opgedaan. Dit gaan we toetsen in een kennistoets waar al deze stof aan bod komt. De toets bestaat uit zowel meerkeuze- als open vragen.

Wat ga je leren?

- Hoe je komt tot conclusies en aanbevelingen.

Welke ondersteuning krijg je?

- Workshop Professioneel schrijven (feedback op de gemaakte oefentoets)
- Workshop Engels
- Project- en procescoaching

Wat lever je op?

Je schrijft deze week je zevende hoofdstuk van je dossier over marketingcommunicatie. Hierin neem je o.a. mee:

- hoe de club leden werft en hoe succesvol dit verloopt;
- hoe de club sponsors werft en hoe succesvol dit verloopt;
- wat de club doet om fans te binden.

Je schrijft deze week ook je achtste hoofdstuk van je dossier over de clubbegroting. Hierin neem je o.a. mee:

- wat de belangrijkste inkomsten en uitgaven van de club zijn en of dit in lijn is met andere sportverenigingen (onderzoek Mulier Instituut);
- welk resultaat de club realiseert (op basis van het afgelopen seizoen);
- wat de posten zijn die voor de communicatieverantwoordelijke van belang zijn;
- tips die je de vereniging geeft over hoe ze de inkomsten kunnen vergroten en de kosten kunnen verlagen (gericht op de posten die gaan over communicatie, media en sponsoring).

Welke bronnen gebruik je?

- De essentie van communicatie (Michels, 2017)
- Beschikbaar gestelde colleges op de Fontys-portal
- Website van jullie vereniging
- Hogeschooltaal.nl (blijf nog steeds oefenen!)



WEEK 8

Onderwijsweek 8 (28 oktober – 3 november)

Je hebt de eerste zeven weken veel onderzoek gedaan naar jouw vereniging. Dat heeft geleid tot diverse deelconclusies en misschien al wat aanbevelingen aan het bestuur. Nu is het zaak al die losse inzichten te bundelen en te kijken of je er een bepaalde samenhang in aan kunt brengen. Welke conclusies sluiten bij elkaar aan? Welke inzichten staan met elkaar in verband, omdat de een het gevolg is van het ander?

Werk een advies uit, op basis van je deelconclusies uit WK1 t/m WK6, voor jullie vereniging waarin je aangeeft hoe de vereniging beter kan communiceren met de leden, de sponsors en de interne organisatie.

Kom tot een aantal (vier of vijf) hoofdconclusies en geef hierbij aanbevelingen aan het bestuur jouw sportvereniging.

Onderzoek doen en advies geven als buitenstaander is niet altijd gemakkelijk. Er kunnen zaken leven binnen de club waardoor jullie advies nog niet helemaal passend is. Daarom is het goed om je voorlopige advies te bespreken met jullie contactpersoon van de vereniging. Daarmee kun je jullie dossier helemaal passend maken op de echte praktijk. Dus: ga in gesprek met de voorzitter/bestuurder van je vereniging. Stel vast of hij/zij jouw aandachtspunten herkent en of het advies past binnen het beleid van de club.

Toetsing

In deze week ga je de tweede toets maken van de opleiding: vaardigheidstoets 1. Tijdens de workshops Professioneel Schrijven heb je geleerd hoe je een goed nieuwsbericht schrijft. Inmiddels heb je ook een oefentoets gemaakt en daarop feedback gekregen. Kortom, je bent helemaal voorbereid om de toets vol vertrouwen tegemoet te zien.

Wat ga je leren?

- Hoe je een advies toetst aan de praktijk
- Hoe je een adviesrapport afrondt
- Hoe je reflecteert en feedback geeft

Welke ondersteuning krijg je?

- Workshop Mediadesign (helpt van de klas deze week, andere helft volgende week)
- Workshop Presenteren (helpt van de klas deze week, andere helft volgende week)
- Workshop Engels
- Project- en procescoaching

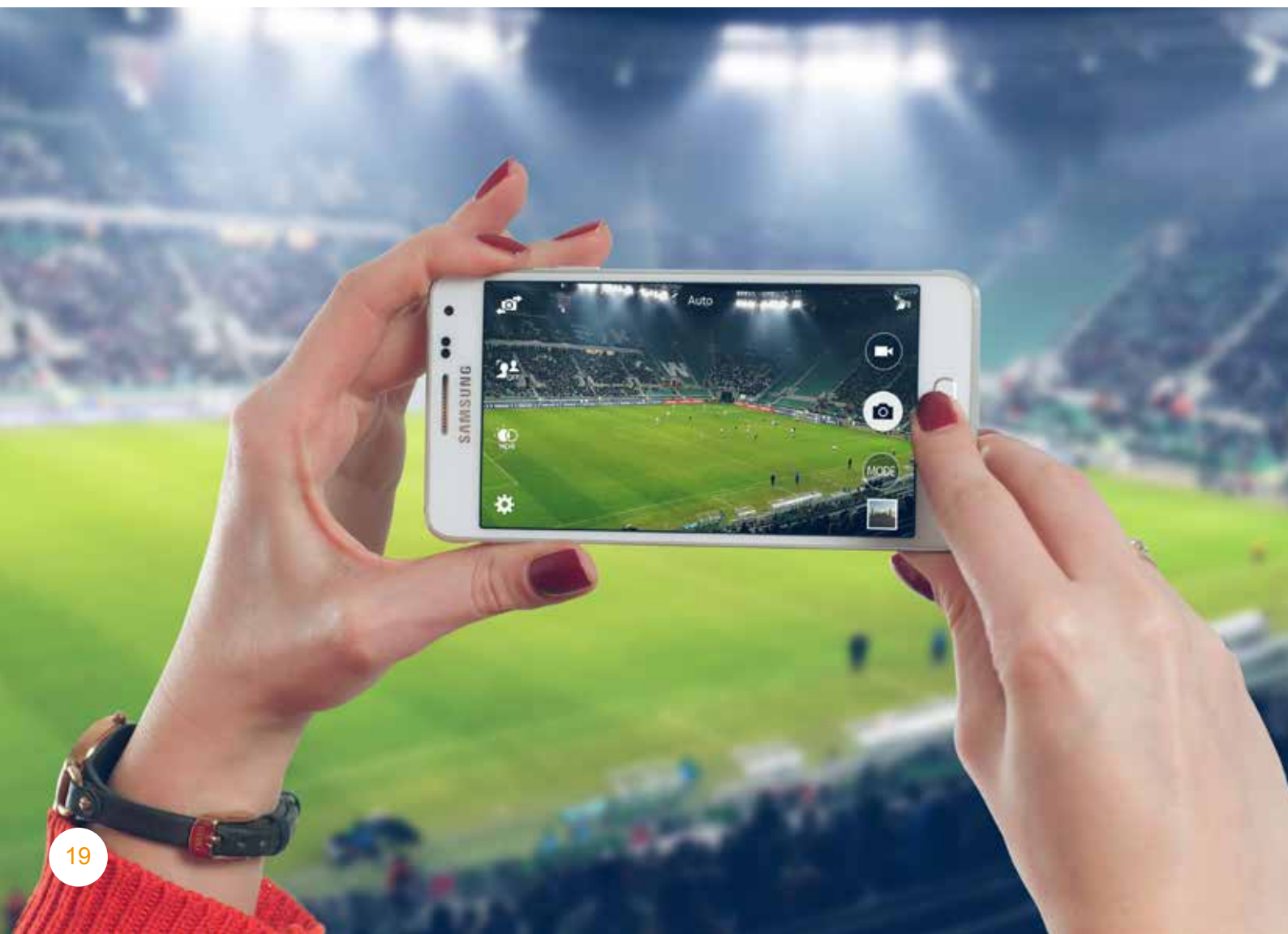
Wat lever je op?

Je schrijft deze week je negende hoofdstuk van je dossier over het verenigingsadvies. Hierin neem je o.a. mee:

- Wat doet de vereniging al goed?
- Wat kan de vereniging verbeteren op het gebied van communicatie en media?
- Hoe kan de vereniging die verbeteringen het beste doorvoeren?

Welke bronnen gebruik je?

- De essentie van communicatie (Michels, 2017)
- Beschikbaar gestelde colleges op de Fontys-portal
- Website van jullie vereniging
- Hogeschooltaal.nl (blijf nog steeds oefenen!)



WEEK 9

Onderwijsweek 9 (4 – 10 november)

Nadat je de feedback van de vereniging hebt verwerkt kun je het dossier gaan afronden. Mocht je nog aanlopen tegen onduidelijkheden of nog vragen hebben, leg die dan voor aan de vakspecialisten of de project- en procescoaches.

Het dossier voorzie je van een fraai voorblad (opgemaakt in Photoshop a.d.h.v. workshops Mediadesign), voorwoord, inhoudsopgave, duidelijke hoofdstuk- en paragraafindeling en paginanummering.

Alles helemaal klaar? Dan mag je het dossier inleveren via GradeWork. De deadline hiervoor is vrijdag 8 november (23.59 uur).

De deadline voor de eventuele herkansing is op vrijdag 6 december (23.59 uur).

Welke ondersteuning krijg je?

- Workshop Mediadesign
- Project- en procescoaching
- Responsie kennistoets (de mogelijkheid om feedback te krijgen op je gemaakte kennistoets)

Wat lever je op?

Je levert deze week het complete dossier op van je verenigingsadvies. Hierin neem je o.a. mee::

- een inleidend hoofdstuk;
- een hoofdstuk over corporate communicatie;
- een hoofdstuk over interne communicatie;
- een hoofdstuk over nieuwsbehoeften;
- een hoofdstuk over het sportlandschap;
- een hoofdstuk over de relatie met regionale/lokale media;
- een hoofdstuk over marketingcommunicatie;
- een hoofdstuk over de clubbegroting;
- een hoofdstuk met conclusies en aanbevelingen.

WEEK 10

Onderwijsweek 10: toetsing (11 – 17 november)

In onderwijsweek 10 ronden we periode 1 af. Je kunt nu laten zien dat je alle onderdelen die in de eerste negen weken aan bod zijn geweest in voldoende mate beheerst. We hebben vier toetsonderdelen die we hieronder toelichten. De kennistoets en vaardigheidstoets heb je inmiddels afgenomen. Deze week volgt nog een assessment om de toetsonderdelen beroepsproduct en professioneel functioneren af te ronden.

Toetsonderdeel	Eerste kans	Herkansing
Kennistoets	OW 7	OW 10
Vaardigheidstoets	OW 8	Periode 2 (OW 3)
Beroepsproduct	Deadline inleveren: OW 9 Assessment: OW 10	Deadline inleveren: periode 2 (OW 3) Assessment: periode 2 (OW 4)
Professioneel functioneren	Deadline inleveren: OW 9 Assessment: OW 10	Deadline inleveren: periode 2 (OW 3) Assessment: periode 2 (OW 4)

Voor elk onderdeel moet je minimaal een 4,5 halen. Het gemiddelde van de vier onderdelen moet minimaal een 5,5 zijn en je mag van de vier onderdelen maximaal één onderdeel onvoldoende hebben. De onderdelen tellen niet allemaal even zwaar mee bij het vaststellen van je periodescijfer. De weging van een toets zie je hieronder. Als aan bovengenoemde voorwaarden wordt voldaan verdient je 15 studiepunten.

Integrale kennistoets (weging 20%)

In de collegeweken van deze periode heb je veel kennis en inzichten opgedaan bij de diverse vakken (hocolleges). In hoeverre is deze kennis blijven hangen?

Dat stellen we vast tijdens een individuele kennistoets. Deze bestaat uit 40 meerkeuzevragen en 10 open vragen verdeeld over de gehele stof van de vier vakken:

- De wereld van de sport
- Sportmedia
- Sportcommunicatie
- Sporteconomie

Vaardigheidstoets (weging 20%)

Je hebt deze periode geleerd hoe je een nieuwsbericht moet schrijven. Je weet hoe je de lezer structuur moet bieden, hebt een journalistieke schrijfstijl ontwikkeld en je spelvaardigheden naar een goed niveau gebracht.

Tijdens het maken van de individuele vaardigheidstoets schrijf je een nieuwsbericht op basis van de feiten die je aangereikt krijgt. Dat doen we op een levensechte en praktijkgerichte manier.

Beroepsproduct in de vorm van een verenigingsadvies (weging 40%)

Negen weken lang heb je door middel van deelopdrachten een goed beeld gekregen van de sportvereniging. Elke week heb je een opdracht ingeleverd en daarop feedback gehad. Dat heeft geleid tot een overzicht van inzichten en daaraan gekoppelde adviezen. Die heb je ook nog eens getoetst bij de voorzitter van de club. De deelopdrachten, de belangrijkste inzichten en de adviezen lezen we in jullie dossier. Dat heb je bovendien professioneel vormgegeven met de vaardigheden die je hebt geleerd tijdens de colleges Media-design. Je levert dit dossier in op uiterlijk vrijdag 8 november. Dat doe je via GradeWork.

Professioneel functioneren (weging 20%)

Je hebt negen weken lang intensief samengewerkt met je duopartner. Tijd om de balans op te maken. Hoe ging het bijvoorbeeld met samenwerken, verantwoordelijkheid nemen en geven, een planning maken, elkaar feedback geven en deze ontvangen en initiatief nemen? En wat neem je hiervan mee als leerpunten voor de volgende periode?

In een (individueel) reflectieverslag beschrijf je het proces naar het eindresultaat (beroepsproduct) toe. Je reflecteert (via STARR-methode) op je eigen presteren vanuit de competenties van de opleiding (zie document op de portal). Daarbij voeg je ook een peer review toe waarin je feedback geeft aan je duopartner. Tijdens een assessment kijken je coaches met jullie terug op dit proces. Het reflectieverslag (inclusief peer review) dient daarbij als uitgangspunt. Het assessment vindt plaats in de week van 11 tot 15 november. Het reflectieverslag lever je in op uiterlijk 8 november.

Toetsoverzicht periode 1

Wil je nog even alle toetsen overzichtelijk onder elkaar zien?

Onderdeel	Toetsvorm	Studiepunten	Weging	Minimum cijfer*	Gemiddeld cijfer
Periode 1: De wereld van de sportcommunicatie		15			5,5
Integrale kennistoets <i>Wat weet ik?</i>	Schriftelijk		20	4,5	
Vaardigheidstoets <i>Wat kan ik?</i>	Schriftelijk		20	4,5	

Professioneel functioneren <i>Wie ben ik en wat wil ik?(gekoppeld aan proces beroepsproduct)</i>	Proces assessment		20	4,5	
Beroepsproduct <i>Waar blijkt dat uit?</i>	Portfolio Dossier		40	4,5	

* (max 1 onderdeel onvoldoende)

Aantekeningen

