



**PARTNERSCHAP**  
OPLEIDEN IN DE SCHOOL

**COMMUNICEREN BINNEN EN VANUIT HET POS**  
**EEN HANDREIKING**

# INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding
2. De bedoeling van de communicatie
3. De communicatie in kaart voor alle rollen in het POS
  - 3.1 Welke rollen onderscheiden we?
  - 3.2 Welke verantwoordelijkheidsgebieden onderscheiden we?
  - 3.3 Welke communicatiemiddelen zijn er?
  - 3.4 Zo werken wij
    - A. De student
    - B. De studieloopbaanbegeleider
    - C. De teamleider Fontys Hogeschool Kind & Educatie (FHKE)
    - D. De directie FHKE
    - E. De assessor en veldassessor
    - F. Het lectoraat
    - G. De mentor
    - H. De basisschoolcoach
    - I. De onderzoeksgroep
    - J. De schooldirectie
    - K. De stuurgroep
    - L. Het schoolbestuur
    - M. De coördinator
    - N. De starterscoach (in ontwikkeling)

# 1. INLEIDING

Deze handreiking is bedoeld voor iedereen die deel uitmaakt van het Partnerschap Opleiden in de School (POS), van student tot bestuurder. Het Partnerschap Opleiden in de School is van en voor ons allemaal, en dat maakt dat we allemaal verantwoordelijk zijn voor de communicatie onderling en naar buiten toe. De handreiking wil recht doen aan het unieke karakter van een netwerkorganisatie, waarin meerdere organisaties participeren met ieder een eigen missie, visie en doelstellingen. De kracht van een partnerschap is dat het iets toevoegt. Elke actor binnen het POS heeft zijn eigen referentiekader, ambities, doelstellingen en belangen. Vanuit die verschillende achtergronden vullen we elkaar aan. Onze diversiteit maakt onze kwaliteit. We wegen in samenspraak steeds de diverse ambities en belangen af om vandaaruit met elkaar nieuwe beelden te maken en daaraan betekenis te geven. Het partnerschap is erop gericht om deze dialoog gaande te houden en samen, vanuit de verschillen, te ontwikkelen en te innoveren. Die dialoog verloopt via allerlei kanalen en bij voorkeur soepel en effectief. Dat begint met de gezamenlijke intentie daartoe. Vervolgens hebben we overeenkomstige verwachtingen nodig van het doel en de uitkomst van de dialoog. Samen vormen zij onze gemeenschappelijke communicatiestrategie zoals beschreven in deze handreiking.

## Opbouw handreiking

In de kaarten 'Zo werken wij' bij dit document zijn voor iedere actor (rol) binnen het POS de taken, verantwoordelijkheden en communicatielijnen beschreven.<sup>1</sup> De vraag die we steeds per verantwoordelijkheidsgebied en taak beantwoorden is: 1) wie communiceert met wie 2) wanneer en 3) waarover. Er worden 6 verantwoordelijkheidsgebieden onderscheiden, je kunt die ook zien als het *doel* van de communicatie. Via welke weg, welk middel, we met elkaar communiceren, is afhankelijk van de situatie en onze persoonlijke voorkeur. De middelen die we tot onze beschikking hebben, worden in hoofdstuk 4 beschreven.

# 2. DE BEDOELING VAN DE COMMUNICATIE

De communicatie tussen de actoren in het POS dient het doel van het partnerschap: de duurzame ontwikkeling van onderwijsprofessionals en -organisaties. Onze gezamenlijke ambitie als POS is om te zorgen dat in 2020 alle studenten van FHKE zijn opgeleid op een werkplek die voldoet aan de criteria Academische Opleidingsschool. Dat bereiken we door als werkveld en opleiding samen te werken vanuit wederzijds respect, door het opleiden van leraren dienstbaar te maken aan de ontwikkeling van kinderen en door schoolontwikkeling planmatig aan te pakken. Door *samen te werken*, te *innoveren* en te *onderzoeken*.

Voor een goede samenwerking moet je van elkaar weten waarmee je bezig bent, elkaar kritische vragen stellen en elkaar voeden. Om innovatie beschikbaar te maken, moet je erover vertellen en het laten zien. En om onderzoek en de schoolpraktijk met elkaar te verbinden, moet je uitleggen en tonen wat ze met elkaar te maken hebben. Een partnerschap is één ding, een partnerschap levend houden is een tweede. Alle communicatie tussen de actoren is daarop gericht. Om elkaar te informeren, om kennis, ideeën en ervaringen te delen, om te voeden en gevoed te worden. En dat kan op allerlei manieren en via allerlei kanalen.

---

<sup>1</sup> Uitgangspunt hiervoor vormde het document 'Taken, rollen en verantwoordelijkheden in de (Academische) Opleidingsschool', april 2012

### 3. DE COMMUNICATIE IN KAART VOOR ALLE ROLLEN IN HET POS

Binnen het partnerschap werken actoren van verschillende organisaties met elkaar samen. Elke actor communiceert op zijn eigen manier, passend bij zijn eigen rol, taken en verantwoordelijkheden. Een rol is bijvoorbeeld die van coördinator, bestuurder, basisschoolcoach. Alle actoren worden geacht binnen het POS te communiceren, sommige actoren communiceren vanuit hun rol binnen het POS ook met personen en partijen die (nog) geen deel uitmaken van het partnerschap. Alle actoren zijn in de communicatie zowel zender als ontvanger. In dit hoofdstuk beschrijven we per rol deze vier communicatielijnen:

#### 3.1 WELKE ROLLEN ONDERSCHIEDEN WE?

##### *Lerarenopleiding*

1. Student
2. Studieloopbaanbegeleider
3. Teamleider FHKE (directeur van de opleidingslocatie)
4. Directie FHKE
5. Assessor
6. Lectoraat

##### *Basisschool*

7. Mentor
8. Basisschoolcoach
9. Onderzoeker in de school
10. Directie

##### *Keurmerk (Partnerschap, Opleidingschool)*

11. Stuurgroep
12. Besturen
13. Coördinator

##### *Netwerken*

14. Leerkrachten
15. P&O'ers
16. Starterscoach (in ontwikkeling)

### 3.2 WELKE VERANTWOORDELIJKHEIDSGEBIEDEN ONDERSCHIEDEN WE?

1. Opleiden van studenten
2. Professionalisering
3. Schoolontwikkeling en onderzoek
4. Beleidsontwikkeling
5. Kwaliteitszorg
6. Bijdragen aan opleidingscurriculum

### 3.3 WELKE COMMUNICATIEMIDDELEN ZIJN ER?

#### 1. De naam

De naam Partnerschap Opleiden in de School drukt uit waar het over gaat: samen werken aan het opleiden van leerkrachten in de school. Door deze naam te gebruiken geef je uitdrukking aan je deelname aan en je betrokkenheid bij het POS. Roept de naam bij de hoorder vragen of nieuwsgierigheid op?... 'Ehh het Partnerschap Opleiden in de School, wat is dat precies?' Een prima aanleiding om nog eens te vertellen wat het POS doet, waarom het bestaan ervan belangrijk is, en om de naamsbekendheid ervan te vergroten! En om naar de website [www.partnerschapopleideninideschool.nl](http://www.partnerschapopleideninideschool.nl) te verwijzen, voor meer informatie.

#### 2. Het logo

Misschien heb je het al gezien: het logo van het Partnerschap Opleiden in de School is opgebouwd uit de letters P, O en S. Innig verstrengeld symboliseren ze... precies, partnerschap. Het logo werd, net als de huisstijl, ontworpen door reclamebureau De Code.

Het jpg bestand volstaat voor eigen gebruik, bijvoorbeeld om toe te voegen aan een e-mail handtekening. Wil je het logo verkleinen, doe dit dan evenredig, zodat het logo niet 'uitrekt'. Voor drukwerk en websites zijn png en vector bestanden beschikbaar via [www.partnerschapopleideninideschool.nl/hetpartnerschap/zo-werken-wij](http://www.partnerschapopleideninideschool.nl/hetpartnerschap/zo-werken-wij).

#### 3. De huisstijl

Je wilt vanuit jouw rol binnen het partnerschap corresponderen met anderen. Je kunt daarvoor gebruikmaken van de middelen die je ter beschikking staan binnen je eigen organisatie. Soms kan het handig zijn om je te profileren als actor in het POS. In dat geval kun je gebruikmaken van de huisstijlmiddelen van het Partnerschap Opleiden in de School:

- a. Digitaal briefpapier (wordsjabloon)
- b. Wordsjabloon voor flyers en uitnodigingen, met foto
- c. Wordsjabloon voor overige documenten (eenvoudiger van opmaak en in gebruik dan a, b en c)
- d. Sjabloon voor PowerPoint presentaties

Deze middelen zijn bedoeld om te doe-het-zelven. Het zijn sjablonen in Word (m.u.v. de PowerPoint) die je voor verzenden opslaat als PDF. Hoe je

dit precies doet, welke lettertypes je gebruikt enzovoort, staat beschreven in het document 'Werken met de huisstijl van het POS'. Je vindt het op [www.partnerschapopleidenindeschool/hetpartnerschap/zo-werken-wij](http://www.partnerschapopleidenindeschool/hetpartnerschap/zo-werken-wij). Lees verderop meer over het inzetten van briefpapier, flyers en een powerpoint.

#### 4. De website

De website van het POS is [www.partnerschapopleidenindeschool.nl](http://www.partnerschapopleidenindeschool.nl). De website versterkt a) het gevoel om als partner/actor bij het POS te horen, en b) de mogelijkheid om als actor jouw rol te vervullen binnen het POS. De website is ook een visitekaartje voor belanghebbenden en belangstellenden buiten het POS. Op de website kunnen gebruikers:

- zien waarvan zij deel uitmaken
- zich informeren over het POS (visie, doelstelling, werkwijze, projecten, partners, ...)
- een overzicht en contactgegevens vinden van alle partners (opleidingsscholen, besturen, FHKE locaties)
- zicht krijgen op taken, rollen, verantwoordelijkheden en communicatielijnen in het POS
- zicht krijgen op de agenda en activiteiten van het POS
- relevante documenten downloaden
- instructiefilmpjes bekijken van de FHKE onderzoeksgroep
- links vinden naar relevante platforms, blogs etc. om daar kennis en ervaringen te delen
- kennis en ervaringen delen met collega's binnen het POS (via een forum)
- zelf relevante informatie, kennis en links aanbieden (met een eigen inlogaccount of via [info@partnerschapopleidenindeschool.nl](mailto:info@partnerschapopleidenindeschool.nl))

#### 5. Blog

Onderdeel van de website is een blog. Hier delen actoren vanuit hun rol binnen het POS hun kennis en ervaringen. Via een reactieformulier onderaan ieder blog kan worden meegepraat. Kenmerkend voor een blogpost is dat de schrijver zijn of haar persoonlijke kijk of beleving deelt. Hij wordt dus vaak vanuit de 'ik' persoon geschreven. Een prettig leesbare blogpost omvat tussen de 250 en 550 woorden.

Bloggers hebben eigen inloggegevens om hun blog te publiceren op de website, maar het is ook mogelijk om dit over te laten aan het secretariaat van het POS. Lijkt het jou leuk om ook een blog te schrijven? Is er een onderwerp waarover jij je mening wilt delen? Heb je nog geen idee van een onderwerp, maar wel schrijfbambities? Laat het weten via [info@partnerschapopleidenindeschool.nl](mailto:info@partnerschapopleidenindeschool.nl).

#### 6. Twitter

Het POS heeft een eigen Twitteraccount, [@SamenOpleiden](https://twitter.com/SamenOpleiden). De account wordt beheerd door het secretariaat van het POS. Twitter is een snel medium, het is actiegericht, informeel en laagdrempelig. Via Twitter kun je à la minute kennis en ervaringen delen, en op de hoogte te blijven van ontwikkelingen die voor jou interessant zijn. Zoals alle social media is Twitter bedoeld om je basiscommunicatie (website) te versterken. Zo kun je er bezoekers mee naar je website leiden, ze wijzen op bepaalde events, en hen vragen stellen. Twitter is ook een goede manier om je netwerk uit te breiden en je naamsbekendheid te vergroten. Wat kun jij als actor in het POS doen met Twitter?

- @SamenOpleiden volgen en zo op de hoogte blijven van en meepraten over ontwikkelingen, bijeenkomsten enzovoort;
- Tweets van @SamenOpleiden retweeten, en zo de naamsbekendheid van het POS binnen en buiten de regio's vergroten en informatie delen;
- Tweets posten met de toevoeging @SamenOpleiden, als ze interessant zijn voor actoren in het POS en/of betrekking hebben op het Partnerschap Opleiden in de School;

- Zoeken op hashtags (#) die door @SamenOpleiden regelmatig worden gebruikt, zoals #startendeleerkracht #samenbeoordelen #samenopleiden #samenonderzoeken. Deze hashtags kun je ook zelf gebruiken in je tweets. Op die manier creëren we samen een 'olievlek' voor relevante discussiethema's.

## 7. Een brief

Eerder noemden we de huisstijl en de mogelijkheid om een digitale brief te versturen. Hierbij maak je waarschijnlijk de afweging; correspondeer ik nu vooral vanuit mijn eigen organisatie of vanuit mijn rol binnen het partnerschap? In het laatste geval zet een briefpapiertje met het logo van het partnerschap je boodschap kracht bij. Voor de moeite hoeft het niet te laten. Download het Wordsjabloon 'Digitale brief' op [www.partnerschapopleidenindeschool.nl/hetpartnerschap/zo-werken-wij](http://www.partnerschapopleidenindeschool.nl/hetpartnerschap/zo-werken-wij), typ je brief, sla op als PDF en je bent klaar.

Let op: als je op een Mac werkt, moet je de pagina-instelling aanpassen. Dit is niet moeilijk, de instructie vind je in het document 'Werken met de huisstijl van het POS'.

## 8. E-mail

Laat iedereen weten dat jij deel uitmaakt van het Partnerschap Opleiden in de School. Voeg het logo toe aan je e-mailhandtekening. Of kopieer, plak en customize gewoon dit voorbeeld:



**PARTNERSCHAP**  
OPLEIDEN IN DE SCHOOL

Mentor Opleiden in de School

[www.partnerschapopleidenindeschool.nl](http://www.partnerschapopleidenindeschool.nl)

 @SamenOpleiden

## 9. Bijeenkomst of overleg

Partnerschap vraagt om afstemming, en dat gaat vaak het beste tijdens een gesprek, overleg of bijeenkomst. Wil je een agenda of verslag rondsturen? Blijf in stijl en gebruik hiervoor het Wordsjabloon 'POS overige documenten', te downloaden op [www.partnerschapopleidenindeschool.nl/hetpartnerschap/zo-werken-wij](http://www.partnerschapopleidenindeschool.nl/hetpartnerschap/zo-werken-wij). Het is eenvoudiger van opmaak dan het digitale briefpapier, dat ook meer inkt verbruikt wanneer je het print. Om het helemaal af te maken, sla je ook dit sjabloon voor verzenden op als PDF. Om anderen te betrekken en de opbrengsten van de bijeenkomst te delen, kun je eventueel Twitter inzetten.

## 10. Flyer

Organiseer je vanuit/binnen het POS een evenement, studiemiddag of iets anders waarvoor PR nodig is? Maak dan gebruik van de huisstijlsjablonen van het POS, voor flyers en uitnodigingen. Dat maakt (net wat meer) indruk. Je zet er het keurmerk Partnerschap Opleiden in de School sterk mee neer. Verwijs in je uitnodiging/flyer/aankondiging altijd naar de website en de Twitteraccount van het POS. Een instructie voor het maken van zo'n flyer vind je in het document 'Werken met de huisstijl van het POS'. Je kunt het downloaden op [www.partnerschapopleidenindeschool.nl/hetpartnerschap/zo-werken-wij](http://www.partnerschapopleidenindeschool.nl/hetpartnerschap/zo-werken-wij). Heb je vragen of kom je er niet uit? Geen paniek, stuur een mail naar [info@partnerschapopleidenindeschool.nl](mailto:info@partnerschapopleidenindeschool.nl).

## 11. Brochure

Veel informatie is uitstekend te delen via de website, social media, brief, flyer of e-mail. Maar soms wil je net iets meer kwijt. Of je wilt iets kunnen uitdelen dat mensen op hun gemak kunnen lezen en nog eens nalezen. Dan is een brochure een mooi middel. Zeker als het is opgemaakt in de huisstijl van het partnerschap, corresponderend met wat al zichtbaar is gemaakt via andere kanalen. Heb je een idee of zelfs een uitgewerkt plan? Neem contact op via [info@partnerschapopleidenindeschool.nl](mailto:info@partnerschapopleidenindeschool.nl) en we kijken samen naar de mogelijkheden.

## 12. Een evenement

Een evenement organiseer je niet zomaar. Dat doe je met een bepaalde doelstelling en voor een bepaalde doelgroep.

### 1. De doelstelling: *waarom organiseren we dit evenement?*

Het antwoord op deze vraag is je uitgangspunt en helpt je de vorm van je evenement te bepalen. Doelstellingen kunnen zijn: informatie, kennis en ervaringen uitwisselen, vergaren of overdragen; bedanken of belonen; motiveren; consensus of draagvlak creëren; elkaar (anders) leren kennen; saamhorigheid creëren.

Naast je eigen doelstellingen weeg je ook de belangen van de doelgroep mee. Waarom zouden potentiële gasten moeite en tijd (en soms ook geld) investeren? Wat valt er voor hen te halen? Gebruik deze belangen ook in de uitnodiging en benoem wat de genodigde eraan heeft. Hij of zij moet na het lezen denken: dit wil ik niet missen! Alleen voor een echt interessante ochtend of middag maken mensen hun vaak drukke agenda vrij.

### 2. De doelgroep: *wie zijn zij?*

Wat kenmerkt de doelgroep? Wat bindt hen aan het partnerschap? Wat bindt hen onderling? Hoe staan ze tegenover het thema van jouw evenement? De antwoorden op deze vragen helpen je bij het kiezen van een gepaste programmering.

Een evenement dat binnen of vanuit het partnerschap wordt georganiseerd, is bij voorkeur ook als zodanig 'aangekleed'. We noemden al de flyer die je kunt gebruiken als aankondiging en uitnodiging. Daarnaast zijn er ook zogenaamde pop-up banners van het POS. Je kunt ze lenen via het secretariaat, [info@partnerschapopleidenindeschool.nl](mailto:info@partnerschapopleidenindeschool.nl). Om bezoekers van tevoren te prikkelen, en tijdens het evenement stakeholders te betrekken, is Twitter ideaal. Gebruik in je tweet @SamenOpleiden of #naamvanhetevenement creëer zo samen een aanstekelijke buzz.



### 13. Een ontvangst of rondleiding

Een goed functionerend partnerschap trekt de aandacht. Bijvoorbeeld van politici, beleidsmakers of andere partnerschappen. Een ontvangst op locatie leent zich uitstekend voor het delen van je succes. Zo'n ontvangst c.q. bezoek is een win-win situatie. De bezoeker wordt er wijzer van, en als partnerschap sta je even in de spotlights. Dit draagt bij aan de naamsbekendheid en goede reputatie van het keurmerk, en het geeft de actoren in het partnerschap het gevoel goed bezig te zijn. 'Wat wij doen, doet ertoe!' Een betere stimulans om met elkaar verder te werken is er eigenlijk niet.

Om dit effect te sorteren, is het belangrijk om die actoren ook te betrekken bij de happening. Dat doe je door: 1) aan te kondigen dat en wanneer het te gebeuren staat 2) te zorgen dat de actoren evenredig vertegenwoordigd zijn bij de ontvangst 3) op de dag zelf te twitteren over de ontvangst 4) na afloop op een toegankelijke manier verslag uit te brengen. De website en social media lenen zich heel goed voor 1 en 3. Punt 2 is een kwestie van organiseren, hierbij kun je de website en twitter natuurlijk ook inzetten door de vraag gewoon te stellen; wie doet mee? Of je stuurt een mail, brief of flyer rond. Of je regelt het ouderwets in de wandelgangen.

Een verslag achteraf kan in de vorm van een flyer, een blog, interview, fotoverslag en/of filmpje op de website. Via Twitter en de eigen communicatiemiddelen kan met een directe link naar het verslag worden verwezen. Door ook degenen hierin mee te nemen die het bezoek hebben afgelegd, vergroot je de exposure nog eens.

Ook bij een ontvangst of rondleiding zorgt communicatie in de huisstijl voor een sterk 'smoel'. Gebruik de banners op locatie, en verstuur de uitnodiging per digitale POS brief of flyer.



EEN VAN DE BANNERS VAN HET POS

### 14. Onderwijsportal FHKE

Binnen het partnerschap wordt veel informatie uitgewisseld via het onderwijsportal van de Fontys Hogeschool Kind en Educatie. Alle genoemde communicatiemiddelen zijn niet bedoeld om die portal te vervangen, maar vormen een aanvulling hierop. Voor degenen die geen toegang tot de portal hebben, is de website van het POS dé plek om informatie te vinden en uit te wisselen. Dat zijn op dit moment de bestuurders, leerkrachten (waaronder veel mentoren), sommige starterscoaches en collega-scholen die geen opleidingsschool zijn.

### 15. Eigen communicatiemiddelen (Opleidingsmaterialen, jaarverslag)

Deel uitmaken van dit partnerschap is iets om trots op te zijn, en het zegt iets over schoolontwikkeling en 'gaan voor kwaliteit'. Het is dus een prima toevoeging aan een website, brochure, jaarverslag van je eigen organisatie. Vertel waarom jullie meedoen aan het Partnerschap Opleiden in de School en wat het jullie en je 'klanten' brengt. Plaats het logo erbij en vermeld voor meer informatie de website

[www.partnerschapopleidenindeschool.nl](http://www.partnerschapopleidenindeschool.nl).

### 3.4 ZO WERKEN WIJ

Voor elke actor in het POS is een document, een kaart 'Zo werken wij' ontwikkeld. Deze kaart beschrijft

- per verantwoordelijkheidsgebied (zie 3.2)
- de taken van de actor
- en met wie de actor voor die specifieke taak communiceert
  - als een andere actor dan de actor die centraal staat op de kaart, hoofdverantwoordelijk is voor de taak, staat die vetgedrukt
  - in de laatste kolom wordt verwezen naar de kaarten (A t/m M) van de genoemde actoren

De kaarten zijn te downloaden op [www.partnerschapopleidenindeschool.nl/scholen-en-partners/zo-werken-wij](http://www.partnerschapopleidenindeschool.nl/scholen-en-partners/zo-werken-wij).