



STICHTING STUDENTEN ACTIVITEITEN

ONDERSTEUNEND DOCUMENT STUDIEGERELATEERDE
ACTIVITEITEN

STICHTING STUDENTEN
ACTIVITEITEN
ZERNIKEPLEIN 11
KANTOOR A2.11
9747 AS GRONINGEN
050 - 595 4094
WWW.SSAWEB.NL

WWW.FACEBOOK.COM/STICHTING.STUDENTENACTIVITEITEN

Ondersteunend document studiegerelateerde activiteiten

Auteurs:

Daniël Visser

Jenna Elzinga

Dion Sietsma

Kay Peters

Ties Wertheim Salomonson

Groningen, januari 2019

Voorwoord

Geachte lezer,

Met trots presenteren wij u het ondersteunend document voor studiegerelateerde activiteiten van het bestuur der Stichting Studenten Activiteiten (SSA) 2018-2019. Het doel van dit ondersteunend document is om verschillende HG-studentenorganisaties te kunnen ondersteunen bij het organiseren van diverse studiegerelateerde activiteiten. Het document is voortgekomen vanuit het onderzoek van vorig jaar, eigen ervaringen, gesprekken met HG-studentenorganisaties en Algemene Vergadering Organisaties (AVO).

Wij hopen dat dit document jullie voldoende zal ondersteunen bij het organiseren van studiegerelateerde activiteiten. Mocht je nog dingen missen, dan kan je altijd contact opnemen.

Ik wens u veel leesplezier.

Namens het bestuur der Stichting Studenten Activiteiten 2018-2019,

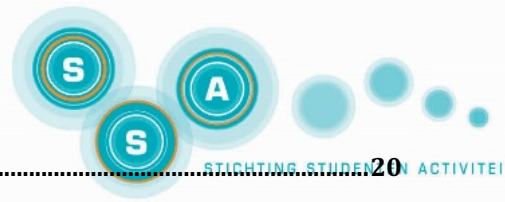
Daniël Visser
Voorzitter

7 januari 2019

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave

VOORWOORD	3
INHOUDSOPGAVE	4
1. ALGEMEEN	6
1.1 OPKOMST	6
1.2 VARIATIE	6
1.3 KOSTEN	6
1.4 ROOSTERS	6
1.5 PROMOTIE	6
2. BIJLESSEN	8
2.1 WEINIG ANIMO	8
2.2 SAMENWERKING MET INSTITUUT EN/OF OPLEIDING	8
3. LEZINGEN	9
3.1 VOORBEREIDING	9
3.2 OPKOMST	9
3.3 SPREKERS	9
3.4 LOCATIES VOOR EEN LEZING	9
4. WORKSHOPS	11
4.1 VOORBEREIDING	11
4.2 ONDERWERPEN	11
4.3 SPREKERS	11
5. KANTOOR EN/OF WERKBEZOEKEN	12
5.1 VOORBEREIDING	12
5.2 OPZETTEN VAN HET BEZOEK	12
5.3 VERVOER	12
5.4 UITVOERING	12
6. SYMPOSIA EN/OF CONGRESSEN	13
6.1 VOORBEREIDING	13
6.2 TE BENADEREN SPREKERS/BEDRIJVEN	13
6.3 DEELNEMERS	13
7. INTERNATIONALE STUDENTEN	14
7.1 NIVEAUS VAN INTERNATIONALISATIE	14
7.2 BEGINNENDE INTERNATIONALISATIE	14
7.3 GEVORDERDE INTERNATIONALISATIE	15
7.4 COMPLETE INTERNATIONALISATIE	16
7.5 ALGEMENE TIPS INTERNATIONALISATIE	16
8. (ACTIEVE) LEDEN WERVEN	17
8.1 HET WERVEN VAN LEDEN	17
8.2 HET WERVEN VAN ACTIEVE LEDEN	17
9. BUITENLANDSE REIS	18
9.1 COMMISSIE	18
9.2 LOCATIES EN VERVOER	18
9.3 ACTIVITEITEN	18
9.4 PROMOTIE	18
9.5 EXTRA TIPS	19



10. NETWERKBORREL	20
10.1 NETWERKBORREL.....	20
10.2 GENODIGDEN.....	20
10.3 LOCATIE.....	20
11. SAMENVATTINGEN	21
11.1 HET VINDEN VAN SCHRIJVERS.....	21
11.2 DE KWALITEIT VAN DE SAMENVATTING.....	21
11.3 MEERDERE OPLEIDINGEN BINNEN EEN HG-STUDENTENORGANISATIE.....	22

1. Algemeen

In dit hoofdstuk zullen de algemene punten behandeld worden die voor veel verschillende, studiegerelateerde activiteiten van toepassing zijn.

1.1 Opkomst

Verenigingen merken dat zij moeite hebben met het vinden van studenten voor haar activiteiten. Bij meerdere verenigingen heeft dit te maken met onwetendheid van de studenten of omdat het moeilijk is om deze studenten te enthousiasmeren. Later in dit hoofdstuk zal het onderdeel promotie besproken worden, om in te spelen op de lagere opkomst.

1.2 Variatie

Meerdere verenigingen geven aan dat het organiseren van gevarieerde activiteiten een knelpunt blijkt te zijn. In dit stuk zijn enkele punten op een rij gezet die mogelijk kunnen helpen met het organiseren van gevarieerde activiteiten:

- Vraag om de mening van je leden. Dit zou kunnen door middel van enquêtes of een poll op Facebook. Daarnaast raden wij aan om dit vooral te doen in het één-op-één contact met de leden omdat dit de meest directe manier is om hun wensen te ontdekken;
- Zoek workshops voor alle verschillende soorten richtingen binnen het instituut of de opleiding;
- Kijk verder dan de opleiding of het instituut zelf, maar kijk ook naar algemene ontwikkeling en/of zelfontplooiing;
- Houd een digitaal logboek bij met alle georganiseerde activiteiten. Hieruit kan men inspiratie halen of juist de keuze maken om bepaalde activiteiten niet te organiseren. Dit punt is vooral erg handig voor de toekomstige besturen.

1.3 Kosten

Bij sommige (grote) evenementen kunnen de kosten hoog oplopen. Niet alle verenigingen beschikken over de juiste middelen om deze kosten te dekken. Voor grote activiteiten als een lustrum of symposium zou je aparte sponsoren kunnen vinden die alleen de desbetreffende activiteit sponsort. Wanneer de activiteit in het verlengstuk van het curriculum ligt zou je als vereniging ook met de dean of teamleider in gesprek kunnen gaan voor een extra bijdrage vanuit het instituut. Tot slot hebben verenigingen de mogelijkheid om een beroep te doen op het HIG activiteitenfonds. Meer informatie daarover vind je op onze website www.ssaweb.nl.

1.4 Roosters

Bij het maken van de jaarplanning is het handig om te bepalen wat voor activiteiten je wilt organiseren en wanneer je deze wilt organiseren. Maak hier een plan van en bespreek dit op tijd met elkaar en de roostermaker. Bij sommige instituten is het namelijk mogelijk om grote activiteiten op te nemen in de roosters van de studenten. Daarnaast is het erg belangrijk om te kijken hoeveel klassen er les hebben op het gewenste moment van de activiteit. Je kan altijd de roostermaker van jouw academie, instituut of school mailen om hier meer informatie over te krijgen of loop even langs de vleugel van jouw opleiding.

1.5 Promotie

Om voldoende animo te krijgen voor een activiteit, is promotie een van de belangrijkste factoren. Promoot ruim van tevoren en zorg ervoor dat studenten het gevoel krijgen dat ze de activiteit niet mogen missen. Wanneer de promotie goed is zal dit leiden tot hogere deelnemersaantallen. Het is handig om hier een promotieplan voor te schrijven. Denk daarbij aan wanneer je wilt beginnen met promotie, wanneer de posters door de school hangen, wanneer het evenement op Facebook komt, etc.

Diverse manieren van promotie:

- Hang posters op door de school waar jullie leden veel les hebben;
- Leg flyers op kantoor en door de school;
- Maak gebruik van sociale media en koppel hier eventueel een actie aan;
- Mondelinge promotie, spreek je leden aan;
- Ga de klassen rond om voor de les een minuutje te vertellen over het evenement;
- Vraag docenten om hun studenten op het evenement te wijzen.

2. Bijlessen

In dit hoofdstuk zal het geven van bijlessen beschreven worden. De grootste knelpunten waren weinig animo en de samenwerking met het instituut en/of opleiding.

2.1 Weinig animo

Het organiseren van bijlessen is een mooi initiatief. Veel studenten stappen niet graag naar studiegenoten toe om aan te geven dat ze dezelfde stof niet begrijpen. Om deze groep alsnog te helpen wordt geadviseerd om in gesprek te gaan met de dean en/of teamleider, om deze te wijzen op het belang van bijlessen. Bij een aantal instituten worden bijlessen namelijk door medewerkers georganiseerd maar wel gegeven door studenten. Opvallend is ook dat er veel gebruik van gemaakt wordt en dit als succes wordt gezien.

Mocht het instituut niet mee willen werken dan kan je als HG-studentenorganisatie deze bijlessen alsnog organiseren. Om deze doelstelling tot een succes te maken kan er gekeken worden naar de andere instituten. Studenten met problemen geven dit vaak aan bij de SLB'er, welke adviseert bijles te nemen. Samenwerken met deze groep SLB'ers is essentieel om erachter te komen wat de struikelvakken zijn en waar bijlessen voor georganiseerd moeten worden. Ten slotte kunnen andere kanalen als sociale media en de mail gebruikt worden.

2.2 Samenwerking met instituut en/of opleiding

Een goede samenwerking met de opleiding en/of het instituut kan een grote bijdrage leveren om bijlessen tot een succes te maken. Bereid de gesprekken met de dean en/of teamleiders goed voor en bespreek dit tijdens de bestuursvergadering. Verzamel mogelijke argumenten en tegenargumenten voor de weerstand vanuit het instituut en/of de opleiding. Op deze manier kom je als HG-studentenorganisatie professioneel en zelfverzekerd over naar de gewone student. Het moet duidelijk zijn dat je problemen van de student weg wilt nemen. Het organiseren van bijlessen kost veel tijd en energie (mogelijk ook geld als de opleiding en/of instituut zich er intensief mee bemoeien). De meerwaarde moet voor elke partij duidelijk zijn.

3. Lezingen

In dit hoofdstuk zullen er tips gegeven worden met betrekking tot de knelpunten van vorig jaar. De grootste knelpunten waren de opkomst en het vinden van een goede kwalitatieve spreker.

3.1 Voorbereiding

Voor het organiseren van een lezing is een goede voorbereiding van groot belang. Denk hierbij aan de volgende punten:

- Datum en tijdstip;
- Promotie;
- **Het thema en eventuele sprekers;**
- **Budget;**
- **Locatie;**
- **Deelnemersaantal.**

3.2 Opkomst

Vorig jaar werd er meermaals aangegeven dat de opkomst vaak tegenviel bij een georganiseerde lezing. Promotie is hier een belangrijke succesfactor en dient goed gedaan te worden. Daarvoor verwijzen we je naar hoofdstuk 1 paragraaf 5. Daarnaast is het regelen van een geschikte locatie van belang. Plan je de lezing bijvoorbeeld in de middag, dan is het handig dat deze georganiseerd wordt in de buurt van de plek waar de potentiële bezoekers (leden) les hebben. Houd ook rekening met tentamens, andere activiteiten en de dagen van de week. Vrijdagen zijn vaak het minst bezocht.

3.3 Sprekers

Voor het vinden van goede sprekers is het allereerst erg belangrijk om **een sprekersportfolio** bij te houden. Hierin verwerk je alle benaderde sprekers en sprekers die daadwerkelijk een lezing hebben verzorgd. Dit vereenvoudigt het organiseren van een lezing in de toekomst.

Naast het bijhouden van een sprekersportfolio is het belangrijk om gebruik te maken van je netwerk en het netwerk van anderen. Vraag bijvoorbeeld eens rond aan een oud-bestuurder, lid van de RvT, docent of een bestuurder van een andere vereniging. Ook de SSA kan hier eventueel in ondersteunen. Ten slotte kunnen de functiegerelateerde WhatsApp groepen gebruikt worden.

3.4 Locaties voor een lezing

Hieronder zullen diverse locaties voor het organiseren van een lezing getoond worden. Dit is geen uitputtende lijst. Je kan een locatie boeken door te mailen naar het roosterbureau van de desbetreffende locatie.

Locaties Van OlstToren:

- Mediatheek
- De Appel

Locaties Brugsmaborg:

- Collegezaal D211
- Collegezaal D232

Locaties Van DoorenVeste:

- Auditorium
- Aula

Locaties Marie Kamphuisborg:

- Collegezaal C.003
- Collegezaal F.208

Locaties Wiebengacomplex:

- Collegezaal B.111
- Collegezaal B.118
- Collegezaal B.157

3.5 Financiële middelen

Versillende verenigingen hebben aangegeven moeite te hebben om een interessante spreker te vinden omdat de financiële middelen niet voldoende zijn voor een lezing. Hiervoor zou je beroep kunnen doen op het HG Activiteitenfonds. Meer informatie daarover staat op onze website www.ssaweb.nl.

Daarnaast is er via het netwerk vaak veel mogelijk. Vraag bijvoorbeeld eens rond bij andere HG-studentenorganisaties of bestuurders van enkele jaren geleden of zij nog iemand in hun netwerk hebben. Wellicht dat het op deze manier goedkoper kan worden.

4. Workshops

In dit hoofdstuk zal het organiseren van een workshop beschreven worden. Vorig jaar waren de grootste knelpunten de hoge kosten van het organiseren (waaronder koffie en thee via Eurest) en het vinden van interessante onderwerpen.

4.1 Voorbereiding

Bij het organiseren van een workshop hoort een goede voorbereiding. Denk hierbij aan de volgende punten:

- Datum en tijdstip;
- Locatie;
- Budget;
- Deelnemersaantal;
- Soort workshop;
- Promotie;
- Sprekers.

Vorig jaar werd er aangegeven dat het budget vaak een knelpunt is voor het organiseren van een goede workshop. Met name het afnemen van koffie en thee bleek erg prijzig te zijn, omdat dit via Eurest afgenomen moest worden. Een simpele oplossing is het aanschaffen (of lenen) van koffie- en theekannen. Deze kan je vullen bij de koffiemachines.

4.2 Onderwerpen

Uit het onderzoek van vorig jaar is gebleken dat HG-studentenorganisaties het lastig vinden om een interessant onderwerp te vinden voor een workshop. Bij het organiseren van een workshop zijn er veel verschillende mogelijkheden. Denk bijvoorbeeld aan een workshop die in het verlengde van het curriculum staat of een workshop die gericht is op zelfontwikkeling. Enkele voorbeelden zijn een LinkedIn workshop, een InDesign workshop, een EHBO-cursus, een sollicitatieworkshop of een pitch workshop. Hiermee kan je verschillende kanten op. De Hanzehogeschool heeft allemaal gekwalificeerde docenten die hierbij kunnen helpen. Ook hierbij geldt dat je kan kijken welke workshops er in de voorgaande jaren zijn georganiseerd en wat andere HG-studentenorganisaties organiseren.

4.3 Sprekers

Net als bij hoofdstuk 4 paragraaf 3 is het ook hier van belang om een sprekersportfolio bij te houden. Daarnaast vind je voor veel onderwerpen al een aantal sprekers/bedrijven die jullie kunnen ondersteunen bij het geven van een workshop. Kijk tevens goed rond in je netwerk. Vraag oud-bestuurders, de RvT, docenten of vraag eens rond bij andere HG-studentenorganisaties. Ten slotte zou je altijd de SSA kunnen benaderen voor het vinden van een spreker.

5. Kantoor en/of werkbezoeken

In dit hoofdstuk zal het organiseren van kantoor en/of werkbezoeken beschreven worden.

5.1 Voorbereiding

Voor het organiseren van een kantoor en/of werkbezoek is een goede voorbereiding van groot belang.

Denk hierbij aan de volgende punten:

- Datum en tijdstip
- De te benaderen bedrijven
- Vervoer
- Maximale deelnemersaantal

Het is handig om van tevoren een lijstje met interessante bedrijven in kaart te brengen. Denk hierbij aan de link met de HG-studentenorganisatie en/of opleiding en de mening van de student. Een bezoek aan Hooghoudt hoeft bijvoorbeeld niets te maken te hebben met de opleiding, maar kan wel als interessant worden ervaren door de student. Indien je als HG-studentenorganisatie moeite hebt met het in kaart brengen van bedrijven, kijk dan eens naar bezoeken van jaren geleden en vraag eens rond bij de oud-besturen of de RvT.

5.2 Opzetten van het bezoek

Wanneer de datum geprikt is en de interessante bedrijven in kaart gebracht zijn is het zaak om het bezoek te regelen. In de meeste gevallen zullen bedrijven openstaan om jullie als HG-studentenorganisatie te ontvangen, al is dat soms lastig. Het is belangrijk om de HG-studentenorganisatie goed voor te stellen, zodat het bedrijf weet wie het ontvangt. Leg daarnaast goed uit wat de bedoeling is van het bezoek en bevestig het bezoek na het telefoongesprek nog via de mail, zodat er geen miscommunicatie kan ontstaan. Tijd voor de promotie, hierover meer in hoofdstuk 1 paragraaf 5.

5.3 Vervoer

Wanneer het bedrijfsbezoek in de stad of provincie Groningen gehouden wordt, is dit eenvoudig te bereiken met de fiets of het openbaar vervoer. Wordt er bijvoorbeeld een kantoorbezoek georganiseerd in Amsterdam, dan is het handig om ook andere vervoersmiddelen te overwegen. Denk hierbij aan het huren van een bus, al kan dit soms erg prijzig zijn. Met het openbaar vervoer naar Amsterdam kan echter als vervelend worden ervaren door studenten, waardoor zij besluiten niet mee te gaan.

5.4 Uitvoering

Na de getroffen voorbereidingen is het tijd voor de uitvoering van het bezoek. Hierbij zijn enkele zaken belangrijk. Denk hierbij aan:

- Een professionele uitstraling in uiterlijk, kleding en gedrag
- Een presentje voor het bedrijf, bijvoorbeeld een fles wijn
- Controleren of daadwerkelijk iedereen aanwezig is op de juiste plek

6. Symposia en/of congressen

In dit hoofdstuk zal het organiseren van symposia en/of congressen beschreven worden. Uit het onderzoek van vorig jaar bleek dat er veel knelpunten zijn bij het organiseren van symposia en/of congressen. De meest genoemde knelpunten waren als volgt:

- Slechte opkomst en een moeilijk te voorspellen deelnemersaantal
- Het moeilijk kunnen vinden van (vak gerelateerde) bedrijven
- Het plannen van een datum
- De tijd voor studenten om deel te nemen aan de activiteit

6.1 Voorbereiding

De voorbereiding voor het organiseren van een symposium of congres vergt veel tijd. Het wordt aangeraden om hier ruim van tevoren (drie maanden) mee te beginnen. Dit is vooral handig om alvast een datum vast te kunnen stellen samen met de aanwezige sprekers en/of bedrijven. Denk bij de voorbereiding aan de volgende punten:

- Datum en tijdstip
- Het thema plus de daarbij behorende sprekers/bedrijven
- Budget
- Locatie
- Deelnemers

6.2 Te benaderen sprekers/bedrijven

Uit het onderzoek van vorig jaar is gebleken dat het grootste knelpunt bij het organiseren van een congres of symposium het benaderen van sprekers en/of bedrijven is. Zo was er vooral veel moeite bij het vinden van vak gerelateerde bedrijven. Voor het vinden van vak gerelateerde bedrijven hebben wij enkele tips:

- Benader je partners
- Kijk bij wat voor bedrijven oud-leden terecht zijn gekomen
- Vraag rond bij oud-bestuurders en de RvT
- Vraag rond bij andere HG-studentenorganisaties
- Plaats een bericht op social media (LinkedIn)
- Benader bedrijven die in de branche passen

Naast het benaderen van sprekers/bedrijven, is het ook mogelijk om een dagvoorzitter aan te stellen. Ook deze moet ruim van tevoren benaderd worden, zodat de datum afgestemd kan worden.

6.3 Deelnemers

Er zijn enkele factoren die bijdragen aan het vergroten van het deelnemersaantal voor een symposium of congres. Het thema en de bedrijven en/of sprekers die komen moeten goed aansluiten op de wensen van de student. Daarnaast is de promotie van het evenement heel belangrijk, hiervoor verwijzen we je graag naar hoofdstuk 1 paragraaf 5.

Het aantal deelnemers is voor een congres altijd lastig te bepalen, begin daarom op tijd met de inschrijvingen. Bekijk de deelnemersaantallen van de voorgaande jaren en vergelijk deze om tot een schatting te komen. Vergelijk daarnaast de deelnemersaantallen van andere evenementen, om te kijken of dit meer of minder is dan voorgaande jaren.

7. Internationale studenten

Internationalisatie is sinds jaren een van de speerpunten van de Hanzehogeschool Groningen. Hierdoor zullen steeds meer opleidingen onderwijs aanbieden in het Engels en wordt Groningen aantrekkelijker gemaakt voor internationale studenten. Binnen de HG, en daarbij de HG-studentenorganisaties, is er veel verschil in de niveaus van internationalisatie. Vanuit de Stichting Studenten Activiteiten wordt internationalisatie onderscheiden in vier verschillende niveaus. Deze zullen in dit hoofdstuk besproken worden.

7.1 Niveaus van internationalisatie

Zoals hierboven beschreven zijn er volgens de Stichting Studenten Activiteiten vier verschillende niveaus van internationalisatie, deze zijn als volgt:

- Geen internationalisatie

Op een aantal opleidingen van de Hanzehogeschool Groningen is er nog geen sprake van internationalisatie. Er wordt geen onderwijs aangeboden in een andere taal en er volgen geen tot bijna geen internationale studenten aan de desbetreffende opleiding. De HG-studentenorganisatie hoeft dan niet in te spelen op internationalisatie, tenzij er vanuit de HG-studentenorganisatie behoefte aan is, ten behoeve van de professionalisering van de vereniging.

- Beginnende internationalisatie

Sommige opleidingen bieden minors aan voor internationale studenten waarbij er een groep internationale studenten naar Groningen komt om onderwijs te volgen. Hier kunnen de HG-studentenorganisaties op inspelen op verschillende manieren. Hier kan je meer informatie over vinden in de volgende paragraaf.

- Gevorderde internationalisatie

Om als HG-studentenorganisatie in te spelen op internationale studenten en hen ook actief te laten deelnemen in de HG-studentenorganisatie zijn er bepaalde onderdelen waar de HG-studentenorganisatie een vertaalslag moet maken. Daarnaast zullen activiteiten ook in het Engels aangeboden moeten worden, om de internationale studenten volledig te betrekken bij de HG-studentenorganisatie.

- Complete internationalisatie

Om een HG-studentenorganisatie compleet te internationaliseren zijn er nog optionele mogelijkheden voor de HG-studentenorganisaties om op in te spelen. De vereniging zal dan volledig in het Engels zijn. Hierover later meer.

7.2 Beginnende internationalisatie

In deze paragraaf behandelen we verschillende stappen om in te spelen op beginnende internationalisatie.

- Activiteiten voor internationale studenten

Om internationale studenten te betrekken bij de vereniging, kunnen activiteiten georganiseerd worden die speciaal voor de internationale studenten zijn. Het kan hierbij aantrekkelijk zijn om activiteiten te organiseren die betrekking hebben op Groningen, de Nederlandse cultuur en/of de opleiding zelf. Denk hierbij aan een stadstour door Groningen, schaatsen bij Kardinge of een Nederlandse spelletjesavond. Daarnaast kan ervoor gekozen worden om bepaalde activiteiten voor zowel Nederlandse als internationale studenten aan te bieden.

- Website

Bij beginnende internationalisatie is het handig om de website naast het Nederlands, ook in het Engels aan te bieden. Vaak gebeurt dit door middel van een vlaggetje bovenaan de website. Het vertalen van de website kost veel tijd, neem hier dus ruim de tijd voor. Laat de Engelse teksten goed controleren door de rest van het bestuur en jullie controlerende orgaan (RvT of RvA). Indien er niemand de Engelse taal voldoende beheerst zou dit ook door een externe partij gedaan kunnen worden. Bedenk ook dat de website met beide talen constant geüpdatet dient te worden. Ten slotte moet de privacyverklaring dan ook in het Engels aangeboden worden, dit is een verplichting van de privacywet.

- E-mailberichten

Om de internationale studenten te betrekken bij de activiteiten dienen de belangrijke e-mailberichten naast het Nederlands, ook in het Engels aangeboden te worden. Denk hierbij aan berichten over het innen van contributie, activiteiten (voor internationale studenten), de nieuwsbrief en de ledenmail. Indien de Algemene Ledenvergadering nog gehouden wordt in het Nederlands, kan deze uitnodiging wel in het Nederlands. Vergeet daar echter niet in het Engels bij te vermelden dat de vergadering in het Nederlands gehouden wordt.

- Promotie

Promotie gericht op de internationale studenten dient in het Engels aangeboden te worden. Denk hierbij aan de posters, social media posts en flyers.

7.3 Gevorderde internationalisatie

Om als HG-studentenorganisatie internationalisatie verder toe te passen dienen er verdere vervolgstappen op het gebied van internationalisatie plaats te vinden.

- Activiteiten

Alle activiteiten kunnen in het Engels aangeboden worden. Belangrijk is om hierbij het aandeel van internationale studenten en het niveau van de Engelse taal van de Nederlandse studenten in afweging te nemen.

- Promotie

De promotie voor de verschillende activiteiten kunnen op twee manieren aangeboden worden, zowel in het Nederlands als Engels, of alleen in het Engels. Let hierbij op dat het Engels grammaticaal correct is en laat dit dus ook altijd controleren.

- Documentatie

Een aantal documenten van de vereniging dienen in het Engels aangeboden te worden. Denk hierbij aan samenvattingen, een declaratieformulier en andere documenten van de vereniging die aangeboden worden voor de leden.

- Actieve leden

Het betrekken van internationale studenten is het meest eenvoudig door de mogelijkheid te geven om actief lid te worden. De promotie voor actieve leden, bijvoorbeeld een praatje voor het college, dient dan in het Engels te gebeuren. Dit geldt eveneens voor ander promotiemateriaal zoals posters en dergelijke.

7.4 Complete internationalisatie

Om als HG-studentenorganisatie volledig te internationaliseren kunnen er nog enkele stappen gemaakt worden.

- Algemene Ledenvergadering

De laatste stap met betrekking tot internationalisatie is het internationaliseren van de Algemene Ledenvergaderingen en de bijbehorende documentatie. Denk hierbij aan de statuten, het huishoudelijk reglement, de notulen en de agenda. Daarnaast zal de vergadering zelf ook volledig in het Engels zijn.

- Bestuur

Om volledig te internationaliseren is het verstandig om internationale studenten in het bestuur aan te nemen om meer contact met internationale studenten te stimuleren. De bestuursvergaderingen dienen dan ook in het Engels plaats te vinden en alle bijbehorende documentatie daarbij uiteraard ook.

7.5 Algemene tips internationalisatie

Daarnaast hebben wij nog enkele algemene tips met betrekking tot internationalisatie.

- Laat Engelse teksten altijd goed controleren ten behoeve van de professionaliteit.
- Let bij de sollicitatieperiode op de taalvaardigheid van de secretaris. Engelse teksten schrijven zullen namelijk binnen zijn/haar takenpakket vallen.
- Internationaliseer stap voor stap, het is veel werk en niet realistisch om binnen een korte tijd internationaal te worden.

8. (Actieve) leden werven

Dit hoofdstuk zal bestaan uit twee verschillende delen. In het eerste deel zal het aantrekken van leden voor je vereniging behandeld worden. In het tweede deel zal het werven van actieve leden behandeld worden.

8.1 Het werven van leden

Allereerst is het van belang om goede promotie te hebben, waarbij de voordelen van het lidmaatschap goed naar voren komen. Denk bijvoorbeeld aan gratis of goedkoper naar activiteiten van de HG-studentenorganisatie, kortingsacties, eenvoudig uitbreiden van het netwerk, gezelligheid en ontspanning. Door deze voordelen goed in kaart te brengen maak je als HG-studentenorganisatie het lidmaatschap aantrekkelijker voor potentiële leden. Het is daarnaast belangrijk om als bestuur een open houding aan te nemen zodat (potentiële) leden altijd op je af kunnen stappen.

Zorg dat de studenten weten dat je er bent en wees altijd zichtbaar. Promotie is op verschillende manieren te bewerkstelligen, al is dit wel per vereniging verschillend. Enkele voorbeelden van promotie zijn:

- Aanwezig zijn met een stand op open dagen;
- Het organiseren van een introductieweek en/of introductiekamp;
- Presentaties geven over de vereniging in de klassen en tijdens de blokaftap;
- Ludieke acties in het begin van het jaar en halverwege het jaar (Denk hierbij aan gratis promotiemateriaal of een leuke kortingsactie);
- Aanwezig zijn op meeloopdagen en de studenten hierbij begeleiden;
- Promotie op social media en de website;
- Het verspreiden van posters en flyers.

Vervolgens is het erg belangrijk om de leden tevreden te houden aan de hand van een groot aanbod van activiteiten, kortingsacties en bedankjes.

8.2 Het werven van actieve leden

Naast het hebben van leden, is het nog van groter belang om een **poule** van actieve leden te hebben. Deze zullen plaatsnemen in de commissies en houden, samen met het bestuur, de vereniging in leven. We zullen uitleggen hoe je actieve leden werft.

Actieve leden zoeken kan op verschillende manieren, hieronder enkele voorbeelden:

- Het organiseren van een commissiemarkt met informatie over elke commissie;
- Flyers en posters maken met de voordelen van actief worden;
- Berichten op social media en op de website;
- Een e-mail naar alle leden;
- Dit specifiek benoemen tijdens de introductieweek, introkamp en praatjes in klassen;
- Het benoemen in de (maandelijkse) nieuwsbrief.

Uiteraard is het van belang om de voordelen van actief worden goed naar voren te laten komen, hieronder enkele voorbeelden daarvan:

- Het is goed voor je CV;
- Je ontwikkelt jezelf op sociaal, zakelijk en professioneel gebied;
- Het is goed voor de uitbreiding van zowel je sociale als zakelijke netwerk;
- Extra uitjes als een actieve leden activiteit en/of actieve leden weekend;
- Het ontvangen van commissiekleding.

Ga daarnaast met je leden in gesprek, vertel over jouw tijd als actief lid en leg ze de voordelen goed uit. Contact met je leden is erg belangrijk en de eenvoudigste manier van promotie. Daarnaast is het belangrijk om enthousiasme uit te stralen om de boodschap beter over te laten komen.

9. Buitenlandse reis

In dit hoofdstuk zullen er belangrijke tips gegeven worden met betrekking tot het organiseren van een (buitenlandse) reis.

9.1 Commissie

Het organiseren van de reis begint met een goede commissie. Het is een aanrader om in ieder geval één ervaren commissielid te hebben, dit neemt veel vragen weg omdat er iemand is die begrijpt hoe het organiseren van de reis ongeveer werkt. Voor de reis zijn een paar dingen erg belangrijk. Allereerst moet de reis zelf zo snel mogelijk geboekt worden, om de kosten te drukken. Wanneer de reis geboekt is kan je starten met de invulling, maar de reis staat vast. Het is belangrijk dat wanneer je een reis organiseert je rekening houdt met het aantal studenten dat mee kan. Je moet dit aantal wel op een leuke en veilige manier naar de plek van bestemming kunnen leiden.

9.2 Locaties en vervoer

Het vinden van de juiste locatie kan een knelpunt zijn voor sommige verenigingen. Dit heeft vooral te maken met de reistijd en de kosten van de locatie. Houd de locaties van de afgelopen jaren goed bij en bezoek niet dezelfde steden als in enkele jaren daarvoor. Kijk daarnaast waar andere verenigingen in de voorgaande jaren hun buitenlandse reis hebben georganiseerd en vraag eens rond bij andere HG-studentenorganisaties of zij nog leuke ideeën hebben. Ten slotte kan men altijd de SSA benaderen of zij nog een goede locatie weten.

Bij het bedenken van een locatie moet er ook direct nagedacht worden hoe je de leden vervoerd naar deze locatie. Ga je bijvoorbeeld met het vliegtuig, dan moet er ook vervoer naar het vliegveld geregeld worden. Bekijk de kosten hiervoor en plan dit ruim vooruit. Dit geldt ook voor de activiteiten die in de te bezoeken stad gepland staan.

9.3 Activiteiten

Allereerst is het belangrijk om een goede balans te vinden tussen sociale- en studiegerelateerde activiteiten wanneer je een buitenlandse reis organiseert. Daarnaast is genoeg vrije tijd voor de studenten een must, houd hier rekening mee. Wanneer er een beroep gedaan wordt op het HG activiteitenfonds is het verplicht om elke dag een studiegerelateerde activiteit te organiseren, met uitzondering van de reisdagen. Denk hierbij aan een bedrijfsbezoek, rondleiding door de stad, het bezoeken van een museum en het op bezoek gaan bij een universiteit.

Voor de sociale activiteiten kan men denken aan een kroegentocht, het organiseren van een etentje, een opdrachterspel door de stad en het bezoeken van een dierentuin. Houd hierbij rekening met de reistijd door de stad, dit kan soms aardig lang zijn in grote steden.

9.4 Promotie

Promotie is een van de belangrijkste factoren voor een geslaagde buitenlandse reis. Hoe meer mensen ervan af weten, hoe beter. Probeer als commissie en bestuur veel persoonlijk contact te maken met de leden. Wanneer mensen enthousiast raken zullen zij dit ook delen met vrienden en stijgt de kans op een hoger deelnemersaantal. Voor meer informatie over promotie verwijzen we je naar hoofdstuk 1 paragraaf 5.

9.5 Extra tips

Ten slotte hebben wij nog enkele extra tips voor jullie op een rijtje gezet:

- Zorg dat je meerdere noodnummers hebt van de contactpersonen, het liefst mobiele telefoonnummers. Op het moment dat iemand niet thuis is, is deze namelijk niet te bereiken. Daarnaast is het handig om niet alleen de telefoonnummers van de ouders te verzamelen, maar ook van een ander persoon die op de hoogte gesteld moet worden.
- Zorg dat je altijd op de hoogte bent waar iedereen is. Laat geen groepen de stad in gaan zonder dat het bestuur en/of commissie daar weet van hebben.
- Wanneer mensen zelfstandig, of in een kleine groep, naar het hostel gaan moeten zij dit laten weten. Hang een presentielijst neer waarop de leden zich kunnen aftekenen. Zo weet je aan het eind van de avond of iedereen veilig in het hostel is.
- Regel van te voren een lijst met telefoonnummers van de politie en het ziekenhuis. Zorg daarnaast dat je de locaties van de politie en het ziekenhuis hebt, zodat deze eenvoudig te bezoeken en bereiken zijn.
- Wanneer er iemand vermist is moet er direct contact gezocht worden met de politie en het ziekenhuis, dit bespaart een hoop tijd met een eventuele zoektocht.
- Indien er sprake is van een incident, probeer dit dan stil te houden binnen de commissie en/of bestuur zodat de andere leden er geen last van hebben. Dit voorkomt onrust en verkeerde verhalen.
- Laat eventueel iedereen zijn locatie aanzetten op Snapchat of maak gebruik van de zoek mijn iPhone functie (alleen voor bestuur en/of commissie). Hiermee kunnen zij je altijd terugvinden. Vraag hier uiteraard toestemming voor.
- Wijs altijd een paar mensen vanuit de commissie en/of bestuur aan die nuchterheidsdienst hebben. Zij zijn de hele dag verantwoordelijk. Houd er rekening mee dat er bij een kroegentocht meer mensen nuchterheidsdienst hebben dan bij een normale activiteit.

10. Netwerkborrel

In dit hoofdstuk zal het organiseren van een netwerkborrel beschreven worden.

10.1 Netwerkborrel

Een netwerkborrel is een goede manier om de leden in contact te brengen met bedrijven die gerelateerd zijn aan de studie. Een netwerkborrel kan heel waardevol zijn voor het uitbreiden van je netwerk of het vinden van een stageplaats. Voor de bedrijven is het ook een mooie gelegenheid om in contact te komen met de studenten en de HG-studentenorganisatie.

10.2 Genodigden

Een netwerkborrel is voor bedrijven een ideale gelegenheid om voor het eerst kennis te maken met studenten en de HG-studentenorganisatie. Probeer een goede balans te vinden tussen het aantal studenten en het aantal bedrijven, zodat iedereen de kans krijgt om veel in gesprek te gaan. Bedrijven die je uit zou kunnen nodigen zijn bijvoorbeeld partners van de HG-studentenorganisatie of bedrijven waar de leden van de HG-studentenorganisatie in de toekomst mogelijk aan het werk kunnen gaan. Bel of mail deze bedrijven met een uitnodiging voor de netwerkborrel. Uiteraard zal niet elk bedrijf komen, maar toch zullen er veel geïnteresseerde bedrijven zijn.

Zorg daarnaast voor een professionele ontvangst. Indien het op de Hanzehogeschool Groningen zelf gehouden wordt, zorg dan voor uitrijkaarten voor de vertegenwoordigers van de aanwezige bedrijven.

10.3 Locatie

De locatie voor een netwerkborrel is een belangrijke factor. De locatie moet professioneel zijn, zodat de eerste indruk goed is. Komen er bijvoorbeeld veel bedrijven met de auto, zorg dan dat er voldoende parkeerplekken in de buurt zijn en/of dat de locatie goed bereikbaar is met het openbaar vervoer. Houd daarnaast rekening met het budget voor de locatie en de drankjes en/of hapjes.

11. Samenvattingen

In dit hoofdstuk zal het aanbieden van samenvattingen besproken worden. Hier zullen de belangrijkste knelpunten van vorig jaar besproken worden. De belangrijkste knelpunten waren het vinden van schrijvers, de kwaliteit van de samenvatting en het probleem dat een HG-studentenorganisatie meerdere opleidingen vertegenwoordigt.

11.1 Het vinden van schrijvers

Het vinden van schrijvers kan erg lastig zijn, met name als kleine HG-studentenorganisatie. Daarom is het van belang om hier ruim van tevoren mee te beginnen. Er zijn een aantal mogelijkheden om de vraag naar schrijvers kenbaar te maken, zoals:

- Het sturen van een email naar de leden;
- Het plaatsen van een post op sociale media;
- Het verspreiden van promotiemateriaal zoals posters.

Mocht dit nog steeds niet het gewenste aantal schrijvers opleveren, dan is face-to-face contact een goede vervolgstap aangezien studenten die samenvattingen voor zichzelf schrijven, vaak samenwerken met andere studenten om de werkdruk te verlichten. Daarnaast kunnen zij de samenvatting, die ze toch al schrijven, nog eens verkopen via de HG-studentenorganisatie. Hiervoor kunnen zij een percentage ontvangen van de omzet.

Mocht ook dit nog te weinig opleveren, dan is er nog een andere mogelijkheid. Benader studenten met de vraag welke medestudenten van hun klas samenvattingen schrijven. In de praktijk zullen zij de samenvattingen niet met iedereen willen delen, omdat zij er veel werk in hebben gestopt. Kunnen zij er daarentegen wat geld aan verdienen, dan is dit al een stuk interessanter. Wanneer je weet wie er samenvattingen schrijven, kun je deze persoonlijk benaderen.

11.2 De kwaliteit van de samenvatting

De kwaliteit van de samenvattingen waarborgen begint al bij het vinden van goede schrijvers. Daarom wordt er in de vorige paragraaf ook geadviseerd om uit de al schrijvende (lees: ervaren) studenten te selecteren.

Om er zeker van te zijn dat de kwaliteit inderdaad voldoet aan de standaarden zal eerst met elkaar besproken moeten worden wat deze standaarden zijn. Dit zorgt ook voor consistentie tussen verschillende schrijvers. Plan hiervoor een vergadering in maar zorg voor een duidelijke rode draad, zodat er goed en met voldoende snelheid beslissingen gemaakt kunnen worden. Dit straalt professionaliteit uit en zal het schrijversteam motiveren hun best te doen. Thema's als structuur, schrijfstijl, inhoud en huisstijl zullen aan bod moeten komen.

Daarnaast is het belangrijk om de geschreven stukken te controleren. In de wetenschap maakt men al eeuwen gebruik van de peer review-methode. Gelijken kijken artikelen na en doen de onderzoeken na om resultaten te checken. Gelukkig is het laatste, meest tijdrovende onderdeel in dit geval niet van toepassing. De schrijvers zijn echter wel elkaars gelijken en kennen de stof hopelijk al goed. Zodoende kunnen ze aan de hand van het boek, de PowerPoint en oude tentamens kijken of alle essentiële informatie in voldoende mate beschreven wordt.

11.3 Meerdere opleidingen binnen een HG-studentenorganisatie

Sommige HG-studentenorganisaties vertegenwoordigen meerdere opleidingen. Hiervoor is de oplossing schaalvergroting van het team. Belangrijk om in het achterhoofd te houden is dat teams niet te groot mogen worden. Dit leidt tot miscommunicatie en chaos, wat kan leiden tot een verminderde kwaliteit. Het kan voorkomen dat de taak simpelweg te groot wordt voor één bestuurder en meerdere bestuurders meerdere opleidingen moeten behandelen. Voor de duidelijkheid: Per studie krijgt een bestuurder leiding over het schrijfteam. Mocht dit te veel werk zijn dan kan er zelfs een commissie voor aangesteld worden.