

Stáž

Stáže umožňují studentům získat praktické zkušenosti nebo zaškolení v určitém profesním oboru a napomáhají propojovat teorii s praxí. Stáže mohou být široce využívány v rozmanitých tematických oblastech a jsou navíc výbornými příležitostmi pro upevňování spolupráce s partnery. Celkový cíl je tedy dvojitý: 1. Stáže mají za cíl poskytovat vzdělávací příležitosti z reálného světa, kde se studenti mohou naučit různé užitečné dovednosti a udělat si představu o oblasti, ve které se budou v budoucnosti angažovat; 2. z pohledu toho, kdo stáží nabízí, cílem může být poskytnout zaškolení potenciální budoucí pracovní síle, být v kontaktu s mladými a motivovanými lidmi a ideálně také daná instituce/organizace adoptuje postoj ke vzdělávání, v jehož rámci studenti na stáži jsou vnímáni jako lidé s novými nápady a novými pohledy na postupy a procesy ve společnosti.

Stáže tedy nabízejí praktické zkušenosti z reálného světa a také možnost prohloubit si znalosti uvnitř dané organizace – od start-upů po zavedené společnosti. Tím, že stáže poskytují zaškolení v průběhu výkonu práce, je tento formát zaměřený na praxi a akci. Stáže můžou probíhat v bloku a trvat několik týdnů až půl roku nebo mohou být rozděleny do menších částí, třeba několik hodin týdně nebo několik dnů v týdnu, a probíhat souběžně s přednáškami či semináři během semestru.

Největší výzvou v rámci tohoto formátu spolupráce je propojit akademické znalosti s praktickými zkušenostmi. Studenti by měli být schopni využít teoretické znalosti získané na univerzitě při potýkání se s obtížemi a reálnými podmínkami, se kterými se setkají v praxi.

První fáze – Plánování

Definujte výběrová kritéria pro poskytovatele stáží (např. start-upů) a začněte hledat partnery. Mějte na paměti různorodost. Při vytváření kurzu konzultujte s vybranými partnery, abyste co nejlépe začlenili jejich očekávání. Po dohodě s partnery si nechejte dostatek času na rekrutování studentů. Dobře připravená propagační kampaň za pomoci například sociálních médií nebo zpravodajů usnadňuje vyhledávání „těch správných“ účastníků, zejména pokud máte za cíl propojit různé disciplíny z různých univerzit. Studenti se musí přihlásit a jejich přihláška by měla obsahovat motivační dopis, životopis (CV) a vyjádření, jakého partnera by preferovali.

Druhá fáze – Příprava

Partner musí najít vhodnou výzvu s jasně definovanými úkoly, zodpovědností a rolí, které představí v rámci úvodní orientace. Cílem je na konci získat hmatatelné výsledky. Klíčové je zde vhodné propojení potřeb partnerské organizace s profily studentů (nejlépe týmů o 2-5 studentech). Obě strany obdrží souhrnné seznámení ohledně očekávání a postupů. Tyto dva aspekty mají zásadní vliv na úspěch stáže. Na ochranu partnerů je doporučováno podepsat se studenty dohodu o ochraně důvěrných informací.



Třetí fáze – Zahájení

Společná zahajovací akce (např. „kick-off“) umožní osobní setkání partnerů se studenty. Vhodně propojené kontakty se blíže seznámí a zástupci partnerských organizací finalizují svůj výběr uchazečů. Tento výběr vychází z návrhu koordinátora stáže, ale není jím limitován.

Čtvrtá fáze – Stáž

V průběhu samotné stáže je zásadně důležité podepsat dohodu mezi studenty a partnerskou organizací o pracovních podmínkách – jako pracovní době a odměně za práci. Také musí být vyjasněna docházka na pracovišti a formy komunikace. Ideálně je k dispozici kontaktní zodpovědná osoba, která může odpovědět na případné dotazy. Pravidelné schůzky a povzbudivý (ne poučující) přístup partnera navodí lepší atmosféru pro spolupráci a potom také přinese lepší výsledky.

Setkání všech účastníků uprostřed semestru umožní prezentaci dosavadních výsledků, výměnu postřehů a zkušeností, reflexi a tak i vzájemné učení. Teambuilding a řešení konfliktů se může ukázat jako relevantní.

Pátá fáze—Závěrečná prezentace

Pro sdílení výsledků, zkušeností a vědomostí je nejlepší zorganizovat závěrečnou (veřejnou) akci. Jsou zde prezentovány všechny projekty uskutečněné v průběhu stáží a ideálně kontaktní osoba příslušné organizace se také zúčastní a promluví o relevanci výsledků projektu. Dodatečné prezentace mohou proběhnout také v partnerských organizacích. Pokud studenti dostanou certifikát potvrzující jejich účast, může sloužit jako příloha k jejich životopisu.

„Naše organizace má prospěch z dobře vyvinutého a profesionálně realizovaného projektu, který nám byl nabídnut studenty“. Partner, Sociální asociace, Vechta, Německo

Přínosy

- Nové nápady, inovativní přístupy a řešení pro organizace
- Získání profesionálních vhledů do světa podnikání
- Vypořádávání se s praktickými překážkami, přebírání zodpovědnosti za realizaci projektu
- Konkrétní výsledky, hmatatelný výstup

Faktory úspěchu

- Výběr zajímavých a relevantních organizací
- Podrobný briefing pro studenty a partnery
- Otevřenost a zvědavost studentů
- Závazek partnerů věnovat čas a úsilí

Výzvy

- Nalézání kreativních úkolů a úkolů zaměřených na řešení problémů (ne pouze výkonných úkolů)
- Přiřazení studentských profilů k odpovídajícím požadavkům partnerů
- Časové vytížení studentů
- Nabídnout finanční odměnu nebo akademický kredit (ECTS) studentům za jejich práci



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.