

God praksis i den praktikplads- opsøgende indsats Videns- og inspirationskatalog



Indholdsfortegnelse

1.	Indledning	3
2.	Forudsætninger for en god praktikpladsindsats	5
2.1.	Organisering af praktikpladsindsatsen	6
2.2.	Tæt virksomhedskontakt	9
2.3.	Vedvarende elevfokus	11
2.4.	Samspil med øvrige aktører	12
2.5.	Kommunikation og markedsføring	13
3.	Aktivitetskatalog	15
4.	God praksis i praktikpladsarbejdet	21
5.	Grundlag for videns- og inspirationskataloget	23

1. Indledning

Dette videns- og inspirationskatalog stiller skarpt på det gode praktikpladsarbejde på erhvervsskolerne. Kataloget indeholder en beskrivelse af virksomhedsfulde praktikpladsindsatser baseret på en kvalitativ afdækning af skolernes praksis. Kataloget præsenterer et overblik over centrale forudsætninger for en god praktikpladsindsats, beskriver eksempler på aktiviteter, der kan styrke praktikpladsarbejdet, og giver gode råd til erhvervsskolernes fortsatte arbejde med at tilvejebringe praktikpladser.

I slutningen af 2014 gennemførte Deloitte en analyse for Undervisningsministeriet af potentialet for praktikpladser i offentlige og private virksomheder i Danmark. Det samlede potentiale blev vurderet til at være 33.755 praktikpladser.

I forlængelse af potentialeberegningerne blev der gennemført en benchmark-analyse af, hvor mange elever der kommer i praktik på de forskellige erhvervsskoler¹. Analysen viste, at der er store forskelle mellem skolerne på, hvor mange elever der får en praktikplads, også når der er taget højde for skolernes forskellige rammevilkår.

Fokus på det gode praktikpladsarbejde

Undervisningsministeriet har bedt Deloitte om at afdække virksomhedsfulde praktikpladsindsatser på erhvervsskolerne med henblik på at sprede de gode erfaringer med praktikpladsarbejde i praksis, så alle skoler kan få glæde af det og opnå flere praktikpladser til eleverne. Dette videns- og inspirationskatalog har derfor fokus på det gode praktikpladsarbejde, der har skabt konkrete resultater.

Formålet med videns- og inspirationskataloget er:

- At beskrive god praksis i arbejdet med praktikpladser på erhvervsskolerne og identificere grundlæggende forudsætninger herfor.
- At opsamle og beskrive virksomhedsfulde praktikpladsindsatser, der kan anvendes på tværs af skoler.
- At formidle gode råd til det gode praktikpladsarbejde på en erhvervsskole.

¹ Betegnelsen erhvervsskoler bruges her som en samlet betegnelse for institutioner, der udbyder erhvervsrettede uddannelser.

Målgruppen for videns- og inspirationskataloget er ledere og praktikere, det vil sige praktikpladskonsulenter, praktikvejledere, virksomhedskonsulenter, LOP-konsulenter, jobkonsulenter, undervisere m.fl., der arbejder med praktikpladsindsatser på skolerne, samt de faglige udvalg for erhvervsuddannelser, de lokale uddannelsesudvalg og praktikcenterudvalg.

Kvalitativ afdækning

Videns- og inspirationskataloget bygger på en kvalitativ afdækning af praksis i det gode praktikpladsarbejde. Deloitte har involveret en række institutioner for erhvervsrettet uddannelse – hovedsageligt udvalgt blandt den tredjedel af skolerne, der i perioden 2011-2013 opnåede gode resultater i det praktikpladsopsøgende arbejde. Afdækningen er gennemført som et iterativt forløb for at opnå et bredt billede af praktikpladsarbejdet i praksis. 27 forskellige erhvervsuddannelsesinstitutioner og 64 praktikpladsmedarbejdere – ledere og medarbejdere, der arbejder med praktikpladsindsatser – har bidraget til afdækningen i en struktureret og styret proces, hvor god praksis er blevet defineret og erfaringer og viden beskrevet af de involverede deltagere.

Data fra afdækningen er efterfølgende analyseret og struktureret til tværgående anbefalinger om forudsætninger, aktiviteter og gode råd til det effektfulde praktikpladsarbejde. Endelig er resultaterne samlet i en proces, der beskriver vejen til udvikling af god praksis for praktikpladsarbejdet.

Den kvalitative undersøgelsesmetode har fokus på at identificere eksempler på god og virkningsfuld praksis og på at kunne gå i dybden og gengive detaljerede beskrivelser af aktiviteterne. Det skal bemærkes, at den kvalitative dataindsamling her identificerer eksempler på god praksis, men ikke afdækker det fulde praktikpladsarbejde, der foregår på erhvervsskolerne.

Læsevejledning til videns- og inspirationskataloget

I det følgende præsenteres først en række grundlæggende forudsætninger, der skal være opfyldt, hvis skolen skal opnå succes med praktikpladsarbejdet.

Herefter beskrives eksempler på virkningsfulde praktikpladsaktiviteter, der er afprøvet på skolerne og har givet gode resultater. Aktiviteterne er beskrevet med praksisrettet indhold, forudsætninger, involverede aktører og gode råd, så det er nemt og hurtigt at lade sig inspirere til at anvende aktiviteterne på skolen.

Endelig præsenteres forslag til en proces for godt praktikpladsarbejde på en erhvervsskole med udgangspunkt i de karakteristika, der er identificeret for skoler med gode resultater. Desuden gives en række gode råd til det fortsatte arbejde med at tilvejebringe praktikpladser.

God læselyst!

2. Forudsætninger for en god praktikpladsindsats

God praksis i praktikpladsindsatsen er kendetegnet ved, at fem grundlæggende forudsætninger er til stede på erhvervsskolerne. En tæt kontakt til de lokale virksomheder, et vedvarende fokus på at klæde elever på til praktikforløb og en hensigtsmæssig organisering er væsentlige forudsætninger for at lykkes med indsatsen. Desuden er aktivt samspil med øvrige aktører samt god kommunikation og markedsføring gode forudsætninger for en frugtbar indsats.

I dette kapitel præsenteres en række kendetegn ved indsatsen på de erhvervsskoler, der har succes med praktikpladsindsatsen. Kapitlet indeholder beskrivelser af, hvilke forudsætninger der skal være til stede for at opnå gode resultater i praktikpladsarbejdet.

De seneste års stigende politiske opmærksomhed på praktikpladssituationen har medført skærpet fokus på både virksomhedernes og erhvervsskolernes indsats for oprettelse af praktikpladser.

Oprettelsen af praktikcentrene i 2013 ligger i forlængelse af dette fokus, ligesom erhvervsuddannelsesreformen lægger op til en fortsat indsats for at tilvejebringe flere praktikpladser, blandt andet ved afsætning af flere midler til den praktikpladsopsøgende indsats, omlæggelse af praktikpladstaxametret for erhvervsskolerne og styrket koordinering af den praktikpladsopsøgende indsats med kommuner og regioner.

Professionalisering af indsatsen

Mange erhvervsskoler har igangsat en omfattende reorganisering og professionalisering af erhvervsskolernes praktikpladsopsøgende arbejde. Dette afspejler sig blandt andet i øget ledelsesmæssigt fokus på det praktikpladsopsøgende arbejde, større systematik i kontakten til virksomheder samt øget fokus på elevens kompetencer og behov.

Professionaliseringen af praktikpladsarbejdet er for nogle skoler sket i forlængelse af etableringen af praktikcentrene, mens det på andre skoler allerede var godt i gang inden praktikcenteroprettelsen. Her er det gode praktikpladsarbejde således videreført i en ny organisatorisk forankring med særligt

fokus på samarbejdsflader mellem uddannelsesafdelingerne, det praktikpladsopsøgende arbejde og praktikcentrenes tilrettelæggelse af skolepraktikken.

Indsatsen skal tilpasses brancherne

Flere erhvervsskoler fremhæver, at organisering, tilrettelæggelse og målretning af det praktikpladsopsøgende arbejde er meget afhængigt af, hvilken branche der skal skabes praktikpladser i. Det gælder i forhold til både afvikling af aktiviteter og i forhold til valg af aftaletype, der fokuseres på i det opsøgende arbejde.

For eksempel egner detailhandel sig godt til afholdelse af events i samarbejde mellem virksomhed og skole, mens andre erhvervsskoler har haft succes med at lave kampagner for delaftaler i autobranschen.

Der er derfor stor variation i, hvordan erhvervsskolerne tilrettelægger det praktikpladsopsøgende arbejde – også på de enkelte skoler, der i flere tilfælde udbyder grundforløb og hovedforløb indenfor flere hovedområder, der giver adgang til forskellige brancher.

Forudsætninger for god praksis

I de følgende afsnit beskrives en række kendetegn ved indsatsen på de erhvervsskoler, der har skabt gode resultater med praktikpladsarbejdet. Beskrivelserne af god praksis i indsatsen tager udgangspunkt i fem forudsætninger, der er fremhævet af skolerne som centrale for arbejdet med virkningsfulde praktikpladsindsatser:

1. Organisering af praktikpladsindsatsen
2. Tæt virksomhedskontakt
3. Vedvarende elevfokus
4. Samspil med øvrige aktører
5. Kommunikation og markedsføring.

Hver forudsætning beskrives uddybende i det følgende og tydeliggør, hvad der har været afgørende for, at erhvervsskolerne kan opnå succes med at tilvejebringe praktikpladser. Hensigten er at viderebringe viden om god praksis til brug for alle erhvervsskolars fremtidige arbejde.

2.1. Organisering af praktikpladsindsatsen

God praksis i den praktikpladsopsøgende indsats kræver, at der er en række organisatoriske forudsætninger til stede. Uanset om den opsøgende indsats er centralt eller decentralt styret, er ledelsesopbakning, klare målsætninger samt klare ansvars- og funktionsfordelinger væsentlige forudsætninger for at opnå god praksis i den praktikpladsopsøgende indsats.

Erhvervsskoler med forskellig centraliseringsgrad

Overgangen til praktikcentrene som organisatorisk ramme for skolepraktikken har bidraget til, at flere erhvervsskoler har centraliseret hele praktikindsatsen, så det praktikpladsopsøgende arbejde også foregår i praktikcentret. Andre har beholdt en høj grad af decentralisering af det opsøgende arbejde for eksempel for at være tættere på branchen, fagområdet og eleverne.

Erhvervsskolernes organisering kan inddrages i tre organiseringsformer med forskellige grader af central styring og forskellig tilknytning til praktikcentrene.

Tabellen nedenfor beskriver forskellige organiseringsformer og fordele og ulemper ved de forskellige former.

Organiseringsform	Fordele	Ulemper
Decentral styring for eksempel i enkelte uddannelsesafdelinger	Tæt på eleverne og kender deres specifikke ønsker og behov. Medarbejderne har faglig viden og branchekendskab.	Manglende koordinering med skolepraktik. Manglende systematik i det opsøgende arbejde. Manglende ressourcer.
Central styring udenfor praktikcenter	Entydigt fokus på det virksomhedsopsøgende arbejde. Mulighed for koordinering af ressourcer og viden om elever i overgangen fra skolepraktik til virksomhedspraktik.	Manglende koordinering med skolepraktik. Langt væk fra elevernes ønsker og behov.
Central styring i praktikcenter	Mulighed for koordinering af ressourcer og viden om elever i overgangen fra skolepraktik til virksomhedspraktik. Tæt kobling til elever i skolepraktik. Én samlet enhed for alt praktkarbejde.	Langt væk fra elevernes ønsker og behov. Manglende branchekendskab.

Klar rollefordeling skaber succes – uanset organiseringsform

Uanset om skolerne vælger central eller decentral styring af den praktikpladsopsøgende indsats, er det en væsentlig forudsætning, at rollefordelingen i organisationen er klar for alle, der er involveret i den praktikpladsopsøgende indsats. Det er derfor vigtigt, at erhvervsskolen har fokus på snitfladerne mellem skolens enheder, der arbejder med praktikpladser.

Dette kræver en målrettet proces, der udmønter sig i en klar rollefordeling mellem faglærere og virksomhedskonsulenter og en beskrivelse af, hvilke arbejdsfunktioner de enkelte medarbejdere skal varetage. Erhvervsskolerne vurderer, at omstruktureringen af hele praktikpladsindsatsen og etableringen

af praktikcentrene flugter med fokus på organisering af det praktikpladsopsøgende arbejde.

En erhvervsskole har desuden god erfaring med at have en UU-vejleder, der fysisk er placeret på skolen, og som kan understøtte vejledningen omkring praktikpladssituationen og de unges valg af uddannelse. Denne integration øger samarbejdet og fleksibiliteten i vejledningen af de unge, der mangler en praktikplads.

Sæt det rigtige hold

Flere skoler påpeger, at der kan opstå et dilemma, i forhold til om de opsøgende medarbejdere skal bestå af fuldtidsansatte opsøgende medarbejdere eller faglærere og instruktører, der varetager arbejdet på deltid.

Fordelen ved at have fuldtidsansatte opsøgende medarbejdere er, at de er gode til at sælge eleverne til virksomhederne. Omvendt vil de have et dårligere kendskab til kompetencer og ønsker hos den individuelle elev end for eksempel faglærere og instruktører, hvilket kan resultere i et dårligt match mellem virksomhed og elev.

På den anden side har flere skoler haft succes med øget opmærksomhed på udvikling af salgs- og servicekompetencer hos de faglærere og instruktører, der deltager i det opsøgende praktikpladsarbejde.

Ledelsesopbakning skaber gode rammer for indsatsen

En central forudsætning for at opnå succes med indsatsen er, at ledelse og bestyrelse sætter fokus på og retning for praktikpladsarbejdet og følger op via eksempelvis mål og evaluering. Flere erhvervsskoler fremhæver, at opbakning fra alle lag i ledelsen (direktør, rektor, kursus- og uddannelseschefer og praktikcenterchef) og en stabil finansiering af medarbejderne er et afgørende grundlag for professionalisering af indsatsen. Desuden er det væsentligt, at ledelsen støtter op om implementering af en hensigtsmæssig organisering, herunder fordeling af ressourcer, rekruttering og strategisk kompetenceudvikling.

Erhvervsskolerne peger på, at der i den kommende tid er behov for kontinuitet i praktikpladsindsatsen. Det gælder både i forhold til fordelingen af opgaver mellem de enheder, der arbejder med praktikpladser, og i forhold til de konkrete opgaver hos praktikpladsmedarbejderne, der er ved at finde ind i rollen som opsøgende medarbejdere.

Klare målsætninger øger effektiviteten

Flere skoler har sat fokus på målstyring og "salg af elever" til virksomhederne. De har gode erfaringer med at styre den opsøgende indsats med udgangspunkt i konkrete målsætninger. Erhvervsskolerne sætter mål for:

- Antal besøg på virksomhederne
- Antal opkald til virksomhederne
- Antal uddannelsesaftaler.

Måltallene kan gælde for erhvervsskolen som helhed eller for enkelte team, idet forudsætningerne for at skabe uddannelsesaftaler varierer fra uddannelse til uddannelse. Fokus på kvantitative mål for indsatsen kan suppleres med en vægtning af værdien af netværksskabelse gennem opbygningen af personlige relationer.

2.2. Tæt virksomhedskontakt

Etablering af gode og tillidsfulde relationer til virksomhederne er en kerneopgave i erhvervsskolernes praktikpladsindsats.

Øget systematik og opfølgning samt fokus på et højt serviceniveau overfor virksomhederne er centrale forudsætninger for, at erhvervsskolernes praktikpladsopsøgende indsats virker. Desuden bidrager aktiviteter og events til opbygning af virksomhedsnetværk. Opbygningen af et tillidsfuldt forhold til virksomhederne kræver herudover, at de praktikpladsopsøgende medarbejdere anvender en fleksibel tilgang til afdækning af virksomhedernes kompetencebehov.

Systematik og opfølgning skaber resultater

Som led i professionaliseringen af praktikpladsindsatsen har mange skoler satset på at opbygge større systematik i det opsøgende arbejde overfor virksomhederne. Systematikken handler om både planlægning og målretning af indsatsen ved fysiske besøg på virksomhederne og ved kontakt på telefon og mail. Øget systematik bidrager desuden til, at erhvervsskolerne har overblik over antallet af kontakter og resultaterne af den indsats, de praktikpladsopsøgende medarbejdere gennemfører.

Den øgede systematik anvendes både ved afdækning af nye, potentielle praktikpladser i ikke-godkendte virksomheder og ved opfølgning i virksomheder, der i forvejen har eller har haft elever i praktik.

Tidligere har den opsøgende indsats i vid udstrækning været båret af individuelle, personlige netværk hos enkelte faglærere/instruktører. Systematisk planlægning og opfølgning er derfor afgørende for, at erhvervsskolerne bliver mindre sårbare overfor udskiftning i personalet, idet viden om virksomhedsindsatsen er dokumenteret og tilgængelig for andre medarbejdere.

En væsentlig del af en systematisk tilgang til virksomhedskontakt er anvendelse af it-systemer, der kan understøtte medarbejderne i deres arbejde. Erhvervsskolerne anvender primært systemet Praktik+ til registrering af kontakter og plan for opfølgning og til at skabe overblik over kontakten til virksomheder. På en overvejende del af erhvervsskolerne tager det opsøgende arbejde afsæt i Praktik+. Nogle skoler supplerer med egne CRM-systemer og individuelt udviklede databaser (for eksempel i Excel), der kan give viden om virksomhedernes tilknytning af elever og viden om egen kontakt til virksomhederne. Systemerne sikrer overlevering af viden mellem de forskellige involverede praktikpladsmedarbejdere.

Erhvervsskolerne fremhæver også, at løbende opdatering af systemerne er en forudsætning for at lykkes med professionalisering af indsatsen.

Køreplaner gør konsulenterne effektive

Flere skoler har gode erfaringer med at anvende køreplaner for det opsøgende arbejde, der omfatter fysiske besøg på virksomhederne. Praktikpladsmedarbejdernes arbejdsskema kan tilrettelægges ud fra en køreplan, der sikrer, at de kan nå flest muligt relevante virksomheder på en arbejdsdag. Udarbejdelsen af køreplanerne tager afsæt i virksomhedernes geografiske placering og medvirker til, at praktikpladsmedarbejderne nemmere kan strukturere egen tid. Det øgede fokus på effektiv udnyttelse af praktikpladskonsulenternes arbejdstid gennem strukturerede køreplaner medvirker til flere virksomhedsbesøg og i sidste ende flere praktikpladser.

Fleksibel tilgang til virksomhedernes behov

Flere erhvervsskoler har oplevet succes med en fleksibel tilgang til virksomhedernes kompetence- og uddannelsesbehov, så dialogen ikke entydigt drejer sig om, at praktikpladskonsulenten skal have en ordinær uddannelsesaftale med hjem. Dialogen bør i stedet tage afsæt i en bred afdækning af virksomhedernes kompetencemæssige udfordringer og behov, og forberedelse og branchekendskab er forudsætninger for at opnå en god dialog med virksomhederne. En væsentlig forudsætning for at få succes med indsatsen er, at de praktikpladsopsøgende medarbejdere har forståelse for udfordringerne i de virksomheder, de besøger. I nogle tilfælde er virksomhederne ikke selv klar over eget kompetence- og uddannelsesbehov, og de praktikpladsopsøgende medarbejdere skal afdække både erkendte og ikke-erkendte behov hos virksomhederne. En professionel tilgang til virksomhederne kræver derfor faglig brancheviden om kompetencekrav og viden om lokale og branchemæssige udviklingstendenser.

Aktiviteter og events aktiverer virksomhedsnetværket

En forudsætning for at opnå en tæt virksomhedskontakt er, at praktikpladsmedarbejderne kontinuerligt forsøger at aktivere de lokale virksomheder gennem afholdelse af aktiviteter både på erhvervsskolen og ude i virksomhederne.

Erhvervsskolerne lægger i stigende grad vægt på at møde virksomhederne udenfor de traditionelle arenaer som virksomhedsbesøg og korrespondance via mail og telefon.

Nogle skoler har succes med at afholde karrieredage eller praktikdating på skolerne, hvor repræsentanter fra virksomhederne kommer ud på skolerne og møder eleverne. Karrieredagene er tilrettelagt, så virksomhederne står på faste stande, mens eleverne cirkulerer rundt blandt virksomhedsrepræsentanter og stiller spørgsmål om virksomhedernes arbejdsopgaver og krav til en lærling eller elev. Flere erhvervsskoler har desuden haft succes med at gennemføre arrangementer som praktikdating, hvor eleverne møder virksomhedsrepræsentanterne til en individuel samtale om virksomhedernes behov og kravene vedrørende praktikophold i virksomheden.

Højt serviceniveau skaber flere praktikpladser

Erhvervsskolerne fremhæver, at et højt serviceniveau overfor virksomhederne er en forudsætning for at øge antallet af praktikpladser. Virksomhederne har ofte behov for assistance til at udfylde blanketter og godkendelser og hjælp til at forstå regler og krav. Derfor er det væsentligt, at virksomhederne oplever høj service i mødet med erhvervsskolernes praktikpladskoordinatorer. Et højt serviceniveau betyder også, at erhvervsskolerne hurtigt følger op på virksomhedernes henvendelser og giver indtryk af at være tilgængelige og behjælpelige med løsningen af problemer. Erhvervsskolerne skal ikke kun levere service ved indgåelse af uddannelsesaftalen, men tilgængeligheden overfor virksomhederne skal gælde igennem hele praktikperioden, for eksempel hvis der opstår udfordringer med eleven undervejs. Virksomhedernes tillid til skolen stiger, når der er hurtig reaktion og respons fra skolens side, og når serviceniveauet er konstant højt.

2.3. Vedvarende elevfokus

Erhvervsskolerne fokuserer i stigende omfang på at klæde eleverne på til ansøgningsprocessen og mødet med potentielle praktikvirksomheder. Øget fokus på udvikling af elevernes sociale/personlige kompetencer og ansvarliggørelse af eleverne er væsentligt for at opnå gode resultater med praktikpladsindsatsen. Dette foregår gennem coachingsamtaler, fiktive ansættelsesamtaler og hjælp til udarbejdelse af ansøgning og cv. Flere erhvervsskoler fremhæver desuden fleksibel og nærværende vejledning som en forudsætning for at fastholde elevernes søgningsmotivation, mens løbende opfølgning overfor virksomhederne er vigtigt for at fastholde elever, der allerede er i praktik.

Den øgede opmærksomhed på eleverne bidrager også til at øge elevernes refleksion over egne ønsker og kompetencer i forhold til arbejdsmarkedets efterspørgsel.

Coachingsamtaler skaber målrettethed

For at opnå kendskab til de enkelte elevers kompetencer og ønsker gennemfører praktikpladskonsulenterne løbende individuelle samtaler med elever på hovedforløb og elever i skolepraktik. Flere skoler har gode erfaringer med at afholde 1:1-coachingsamtaler med eleverne. Samtalerne virker på både elevernes motivation og målrettethed, og det er centralt for succes med arbejdet, at eleverne er bevidste om egne evner og ønsker.

Samtalerne fungerer desuden som input til praktikpladskonsulenternes arbejde. Praktikpladskonsulenternes personlige kendskab til eleverne er vigtigt, når konsulenten skal matche en elevs kompetencer og ønsker for praktik med en konkret henvendelse fra en virksomhed.

Flere erhvervsskoler fremhæver desuden, at øget samarbejde mellem lærere og praktikpladskonsulenter tilknyttet grundforløb har positiv indflydelse på elevernes motivation og forståelse af vigtigheden af søgningen til praktikpladser.

Fiktive samtaler forbereder eleverne på virksomhedsmødet

Nogle elever er nervøse for at møde virksomhederne ved en praktiksamtale. Nervøsiteten kan virke hæmmende på virksomhedernes lyst til at ansætte eleven. Flere erhvervsskoler har god erfaring med at forberede eleverne ved målrettet at træne samtalsituationen gennem afholdelse af fiktive praktik-samtaler. Samtaletræningen skaber ro hos eleverne og øger deres chancer for at få en praktikplads.

Bedre ansøgninger giver adgang til virksomhederne

En af de markante barrierer for at opnå en praktikplads er, at elevernes ansøgninger ofte er af dårlig kvalitet. Erhvervsskolerne oplever, at støtte til udarbejdelse af ansøgning og cv er en vigtig indsats for, at flere elever får en praktikplads. Støtten til eleverne kan foregå gennem individuel sparring og fælles øvelser, der er tilrettelagt som særlige praktikpladssøgningsforløb.

Fleksibel og nærværende vejledning

For at holde eleverne opdateret om praktikpladssøgningen er flere erhvervsskoler opmærksomme på, at vejledningen af elever er fleksibel, proaktiv og nærværende. Flexibel i form af, at eleverne let skal kunne få en vejledningstid, og nærværende i form af, at eleverne skal have tillid til vejlederne. Desuden kan den fysiske placering af vejledningskontoret med fordel være tæt på, hvor de unge færdes til daglig. Den tætte fysiske placering vil medvirke til, at eleverne bruger vejledningen oftere, ligesom praktikvejlederne nemt kan få kontakt med eleverne.

Opfølgning på elever i praktik

Flere erhvervsskoler oplever succes med en langt tættere opfølgning på de elever, der er i praktik. Løbende dialog med både elev og elevansvarlig på virksomheden sikrer, at eleven trives, og at eventuelle udfordringer elimineres, inden de bliver til reelle problemer for virksomhed eller elev. Opfølgningen betyder, at færre uddannelsesaftaler bliver afbrudt, og dette mindsker frafaldet.

2.4. Samspil med øvrige aktører

Mange skoler har opbygget et godt netværk til en række øvrige aktører, der har mulighed for at bidrage til at skabe flere praktikpladser til skolerne, og flere erhvervsskoler fremhæver, at en tættere kobling til lokale netværk er en væsentlig forudsætning for at opnå succes med den praktikpladsopsøgende indsats.

Lokale virksomhedsnetværk skaber gode kontakter

Erhvervsskolerne oplever stort udbytte af at deltage i forskellige lokale virksomhedsnetværk som for eksempel handelsstandsforeninger, håndværkerlav, lokale erhvervsråd og de lokale uddannelsesudvalg (LUU). Netværkene er med til at skabe nye virksomhedskontakter og pleje eksisterende kontakter, ligesom de fungerer som en platform for dialog om praktikpladssituationen. Samtidig giver netværksarbejdet mulighed for at motivere virksomhederne ud fra et lokalt perspektiv og appellere til den lokale forpligtelse overfor de unges uddannelse.

Det kan være hensigtsmæssigt at prioritere, at det er en repræsentant fra skolens ledelse eller en ledende medarbejder i praktikpladsenheden, der deltager i netværksarbejdet. Dermed sender skolen et tydeligt signal om, at skolen prioriterer netværksarbejdet højt.

Flere erhvervsskoler fremhæver vigtigheden af, at skolen arbejder meget målrettet med netværksdeltagelsen, da mulighederne for netværksdeltagelse kan overstige de ressourcer, skolerne har til rådighed til arbejdet. Det er derfor afgørende at foretage en vurdering af, hvor potentialet for at skabe flere praktikpladser er størst. Prioriteringen af netværksarbejdet kan også indgå i ledelsens strategi for den opsøgende indsats.

Skolenetværk giver viden og inspiration

Enkelte erhvervsskoler har oplevet fordele ved at deltage i et regionalt tværskolesamarbejde, der har til formål at dele viden om det praktikpladsopsøgende arbejde. Her har skolernes praktikpladsopsøgende medarbejdere kunnet sparre med hinanden omkring ideer samt virkningsfulde redskaber og metoder i det opsøgende arbejde.

Samarbejdet har således fungeret som videns- og inspirationskilde til skolerne konkrete tilrettelæggelse af arbejdet. Herigennem har skolerne styrket kompetencerne hos de praktikpladsopsøgende medarbejdere. Tværskolesamarbejdet har udmøntet sig i nedsættelse af en projektgruppe, der arbejder med etablering af et kompetenceudviklingsforløb rettet mod praktikpladsopsøgende medarbejdere.

2.5. Kommunikation og markedsføring

God kommunikation og aktiv markedsføring er forudsætninger for, at skolerne etablerer kontakt mellem elever og virksomheder. Kommunikation og markedsføring er naturlige dele af den virksomhedsrettede indsats for mange af de skoler, der er gode til at få matchet eleverne med en praktikplads i en virksomhed. Skolerne er samtidig aktive i kommunikationen overfor skolens egne elever.

Formidlingspjecer understøtter dialog

Mange skoler har udarbejdet formidlingsmaterialer rettet mod virksomhederne. Ofte tager dialogen ved virksomhedsbesøg afsæt i en pjeces form, der i kort og overskuelig form præsenterer virksomhederne for mulighederne for forskelli-

ge uddannelsesaftaler, lønrefusion, tilskud og godkendelse af praktikvirksomheden. På den måde understøtter pjecen dialogen mellem praktikpladsmedarbejder og virksomhedsrepræsentant.

Pjecerne har som regel et omfang af 2-3 sider i A5-format, og de findes både i en trykt form, der kan efterlades på virksomhederne, og i et digitalt pdf-format, der egner sig til udsendelse på mail. Erhvervsskolerne fremhæver vigtigheden af, at materialet er udformet, så det nemt kan opdateres i takt med ændringer i lovgivning og erhvervsskolernes praksis for det opsøgende arbejde.

Skolerne møder eleverne på sociale medier

Flere erhvervsskoler har oplevet succes med at kommunikere til eleverne gennem lukkede grupper på Facebook. Skolernes praktikpladsmedarbejdere poster for eksempel ledige elevpladser og gode historier om elever, der er kommet i praktik. Kommunikationen foregår som led i det øgede fokus på at være i løbende dialog med eleverne og i erkendelse af, at skolerne i praktikpladsarbejdet skal møde eleverne dér, hvor de er – på de sociale medier. Aktiv tilstedeværelse på sociale medier bliver i stigende omfang en forudsætning for at komme i dialog med virksomheder og elever.

Markedsføring af skolen og eleverne

Generel markedsføring af skolen og arbejdet med et godt brand er vigtige opgaver for skolerne – både fordi et godt image tiltrækker flere elever, men også fordi et godt image kan bidrage til at skabe flere praktikpladser. Derfor har erhvervsskolerne oplevet en positiv effekt af at annoncere i lokale medier, hvori de efterlyser praktikpladser til deres elever. Annonceringen kan også suppleres med pressearbejde, hvor skolerne "sælger gode historier" om elever i praktik.

3. Aktivitetskatalog

Markedsdage, praktikdating og coaching af elever er eksempler på aktiviteter, der illustrerer god praksis i arbejdet med at matche elever med en praktikplads.

I dette kapitel præsenteres et aktivitetskatalog med eksempler på forskellige aktiviteter, der alle er gennemafprøvet i praksis.

Aktivitetskataloget indeholder ti konkrete aktiviteter, der er gennemført af skoler, der har gode resultater med at få eleverne i praktik. Eksemplerne beskrives med henblik på at vise bredden af aktivitetstyper, som erhvervsskolerne har haft succes med.

Det er hensigten, at andre skoler kan lade sig inspirere af de gode eksempler på aktiviteter. De forudsætninger for god praksis, der er beskrevet i kapitlet ovenfor, er koblet til aktiviteterne i aktivitetskataloget. Aktivitetskataloget indeholder to eksempler på aktiviteter indenfor hver af de følgende fem forudsætninger for at få en virkningsfuld praktikpladsindsats:

1. Organisering af praktikpladsindsatsen
2. Tæt virksomhedskontakt
3. Vedvarende elevfokus
4. Samspil med øvrige aktører
5. Kommunikation og markedsføring.

Organisering af praktikpladsindsatsen

Kompetenceudvikling af opsøgende medarbejdere

Formålet er, at praktikpladsmedarbejderne får bedre kompetencer til det opsøgende arbejde.

Aktivitetens indhold

Skolens medarbejdere med funktioner på praktikområdet deltager i et kompetenceforløb rettet mod udvikling af kompetencer til opsøgende arbejde, herunder for eksempel salg og service samt forståelse af behovsafdækning, brug af it-værktøjer, kommunikation og samtale. Eksterne konsulenter gennemfører forløbet over to eftermiddage a tre timer og med en afsluttende test.



Involverede aktører

Uddannelseschefen for EUD er ansvarlig for gennemførelse af forløbet med hjælp fra eksterne konsulenter.



Forudsætninger for succes

- Direktionens beslutning om at afsætte tid og ressourcer til kompetenceudvikling.
- At roller, ansvar, arbejdsfunktioner og processer er beskrevet, inden kompetenceudviklingsforløbet påbegyndes.



Gode råd

- Lav en interessentanalyse, der viser, hvem der har interesse i at tilegne sig hvilke kompetencer.
- Vær omhyggelig i udvælgelsen af profiler, og overvej rekruttering.
- Husk fokus på relationsopbygning og ikke rene salgskompetencer.



Resultat af aktiviteten

- Kompetente opsøgende medarbejdere.
- Klarhed over roller og ansvarsområder.
- Fælles sprog og grundlag for det praktikpladsopsøgende arbejde.



Klare mål for salgsteam

Formålet med at sætte mål for produktionstal er at øge gennemsigtigheden og effektiviteten i arbejdet.

Aktivitetens indhold

Erhvervsskolen inddeler de praktikpladsopsøgende medarbejdere i team. Ledelsen tildeler hvert team et produktionstal (x antal aftaler og besøg) for hver konsulent. Ledelsen følger op på kvaliteten af de indgåede aftaler ved at opgøre, hvor stor en andel af aftalerne der også løber efter elevens prøvetid. Skolen arbejder desuden med resultatløn, idet teammedlemmernes løn afhænger af, om målsætningen er nået. Desuden arbejder skolen med køreplaner, der effektiviserer medarbejdernes transporttid og nedbringer befordringsudgifterne.



Involverede aktører

Praktikcenterchefen har selv taget initiativ til formuleringen af mål, der er udarbejdet i samarbejde med skolens strategiske ledelse.



Forudsætninger for succes

- Stram målstyring med løbende opfølgning.
- Evne og vilje til at sætte realistiske mål, der motiverer medarbejderne.
- Kendskab til beregning og analyse i Excel.



Gode råd

- Sørg for at informere grundigt om målsætninger og grundlag for udvikling af måltal.
- Inddrag de opsøgende medarbejdere i processen og formuleringen af mål.
- Vær tålmodig og vedholdende.
- Vær opmærksom på, at ikke alle medarbejdere motiveres af måltal.



Resultat af aktiviteten

- Klare mål for indsatsen.
- Øget gennemsigtighed for medarbejderne.
- Øget effektivitet i det praktikpladsopsøgende arbejde.



Tæt virksomhedskontakt

Praktikdating skaber nye møder

Formålet med praktikdating er at skabe match mellem elever på skolen og praktikvirksomheder.

Aktivitetens indhold

Skolen inviterer en række lokale virksomheder til at møde eleverne. Arrangementet varer en halv dag, hvor hver virksomhed får tildelt eget klasselokale. Eleverne laver en plan for dagen og laver et skema over, hvilke virksomheder de gerne vil tale med. Eleverne besøger herefter virksomhederne til en samtale om arbejdsopgaver og krav i virksomhederne.



Involverede aktører

Den klasseansvarlige lærer arrangerer praktikdatingen i samarbejde med praktikkonsulenten, der har det overordnede ansvar for arrangementet og kontakten til virksomhederne.



Forudsætninger for succes

- Eleverne er forberedte og har inden mødet lavet ansøgning og cv.
- Eleverne har modtaget undervisning i ansøgningsskrivning.
- Rekruttering og sikring af, at virksomhederne er motiveret for at deltage.



Gode råd

- Vær opmærksom på at motivere eleverne gennem aktiv forberedelse. Ellers kommer virksomhederne ikke igen.
- Husk fraværsregistrering – eleverne dukker ikke altid op.
- Aftal afholdelsestidspunkt med virksomhederne i god tid.
- Vær tålmodig. Succes tager tid, og virksomhederne laver måske ingen aftaler ved første dating.



Resultat af aktiviteten

- Virksomhederne får en god mulighed for at finde fremtidige elever.
- Eleverne trænes i at præsentere egne kompetencer i en samtalsituation.
- Flere og bedre match mellem elev og virksomhed.



Skole-virksomheds-samtaler nedsætter frafald

Formålet med samtalerne er at mindske frafaldet gennem øget dialog med praktikvirksomhederne.

Aktivitetens indhold

Kontaktlærer på skolen gennemfører dialogmøde med mester/leder i praktikvirksomheden én gang i løbet af praktikperioden. Mødet foregår enten på skolen eller i virksomheden. På mødet gennemgås elevens trivsel og eventuelle udfordringer med faglighed, motivation og/eller sociale kompetencer. På mødet afklares det, hvad der skal ske på næste hovedforløb og i næste praktikperiode.



Involverede aktører

Kontaktlærer på skoleopholdet tager kontakt til mester/leder.



Forudsætninger for succes

- Kontaktlæreren giver sig god tid til at lytte til virksomhedernes udfordringer.
- Da møderne tager tid, kræver aktiviteten, at erhvervsskolens ledelsen afsætter ressourcer og yder opbakning.



Gode råd

- Planlæg møderne i god tid, og vær fleksibel omkring afholdelse, idet mester/leder har begrænset tid.
- Sørg for, at der bliver fulgt hurtigt op på eventuelle udfordringer.
- Få opbakning til aktiviteten fra ledelsen.



Resultat af aktiviteten

- Positiv dialog omkring eleven.
- Tillid til, at skolen tager ansvar.
- Eventuelle problemer tages i opløbet.
- Mindre frafald.
- Virksomhedens motivation for fremtidige elever fastholdes.



Vedvarende elevfokus

Jobsøgningsuge klæder eleverne på

Formålet med jobsøgningsugen er, at eleverne bliver mere målrettede og forbedrer ansøgning og cv.

Aktivitetens indhold

For at forberede eleverne til mødet med praktikvirksomhederne gennemfører skolen en jobsøgningsuge i slutningen af grundforløbet. Ugen indeholder en række kursusaktiviteter som for eksempel hjælp til ansøgning og cv, udarbejdelse af elektronisk portefølje, råd til fysisk fremtoning, indslag fra virksomheder og lærlinge samt fiktive ansættelsessamtaler, der optages på video og evalueres.



Involverede aktører

Praktikpladskonsulenter og afdelingsledelse er i samarbejde med kontaktlærere ansvarlige for gennemførelsen af aktiviteten.



Forudsætninger for succes

- Engagement hos eleverne.
- Velforberejede lærere.
- En godt planlagt uge med mange forskellige aktiviteter.



Gode råd

- Lav en drejebog for ugen, så alle på skolen kender program, logistik og egen rolle i gennemførelsen.
- Lav intern markedsføring omkring aktiviteten overfor både lærere og elever.
- Inviter lokale medier til at dække jobsøgningsugen.



Resultat af aktiviteten

- Eleverne bliver mere afklaret om egne ønsker og evner.
- Elevernes engagement og målrettedhed stiger.
- Kvaliteten af ansøgninger og cv'er stiger.



Karriereplan skaber selvindsigt

Formålet med udarbejdelse af en karriereplan er, at eleverne bliver målrettede i praktikpladssøgningen.

Aktivitetens indhold

I samarbejde med klasselærer udarbejder eleverne en karriereplan, der skal gøre eleven bevidst om egne forventninger til den fremtidige karriere. Planen indeholder en beskrivelse af styrker og svagheder samt målsætninger på kort og lang sigt. Som del af arbejdet med karriereplanen giver klasselærer både individuel vejledning og gruppevejledning i, hvordan eleverne kan arbejde med karriereplanen, herunder også hvordan eleverne kan arbejde med at finde en praktikplads.



Involverede aktører

Klasselærer og elever udfylder karriereplanen, eventuelt med assistance fra kontaktlærere, dansklærere eller praktikpladskonsulenter.



Forudsætninger for succes

- Tæt samspil mellem kontaktlærere, klasselærer og praktikpladskonsulent.
- Eleven skal tage ejerskab for planen og de målsætninger, der stilles op.



Gode råd

- Sørg for, at eleven sætter realistiske mål.
- Husk at arbejde med personlige og sociale kompetencer.
- Inviter eventuelt hovedforløbs-elever til at fortælle om oplevelserne i praktik.
- Brug eventuelt elever, der har deltaget i DM i Skills som rollemodeller.



Resultat af aktiviteten

- Eleverne får større selvindsigt og bliver målrettet i forhold til egne ønsker og evner.
- Eleverne bliver i stand til at træffe realistiske valg for egen fremtid, herunder også om valg af praktikplads.



Samspil med øvrige aktører

Markedsdag med cityforeningen

Formålet er at skabe flere praktikpladser gennem aktiv inddragelse af lokale netværk.

Aktivitetens indhold

På markedsdagen står eleverne på detailuddannelsen for salg af varer i samarbejde med butikker i byen. Eleverne står ved butikkernes boder på gaden og sælger varer. Her øver eleverne sig i salgsteknikker og udregning af avancer, mens byens borgere får en anderledes kundeoplevelse og gode tilbud. Overskuddet fra arrangementet går til velgørenhed.



Involverede aktører

Praktikpladskonsulenter arrangerer markedsdagen i samarbejde med handelsstandsforeningen og en lang række lokale butikker. Eleverne spiller en nøglerolle i planlægningen.



Forudsætninger for succes

- Tæt samarbejde med butikker gennem løbende dialog.
- Gode koordineringsevner og afsat tid hos skolen.
- Tæt forhold til cityforeningen.
- Skolen skal turde involvere sig med erhvervslivet.



Gode råd

- Planlæg i god tid.
- Afsæt ressourcer til løbende koordinering.
- Arbejd med elevernes motivation.
- Ledelsen skal bakke op og være synlige omkring afholdelse.
- Vær fleksibel og serviceminded overfor virksomhederne.



Resultat af aktiviteten

- Styrkelse af skolens netværk blandt cityforeningen og de lokale butikker.
- Øget tillid til skolen.
- Eleverne får vigtige erfaringer med kunder.



Samarbejdsaftaler om sociale klausuler

Formålet er at levere flere elever til virksomheder, der er forpligtet til at tage elever via sociale klausuler.

Aktivitetens indhold

Erhvervsskolen indgår samarbejdsaftaler med kommuner, boligselskaber og entreprenører om, at erhvervsskolen bidrager til, at leverandører overholder sociale klausuler via uddannelses- og praktikaftaler i forbindelse med udbud. Den sociale klausul indebærer, at leverandøren forpligtes til at anvende elever. Erhvervsskolen hjælper med at matche leverandørens behov for elever med skolens elever.



Involverede aktører

Praktikpladskonsulenter samarbejder med udførende leverandør om afklaring af behov og gennemfører match i samarbejde med leverandør.



Forudsætninger for succes

- Gode planlægningsevner hos erhvervsskolen.
- Godt samarbejde med den udførende leverandør.
- Indgående kendskab til byggeprojekter i lokalområdet.



Gode råd

- Sørg for et højt informations- og serviceniveau overfor leverandøren.
- Vær ærlig, hvis der ikke er nogen elever, der matcher behovet.
- Sørg for, at eleverne er geografisk mobile.



Resultat af aktiviteten

- Bedre netværk til praktikvirksomheder.
- Flere elever i praktik.
- Virksomhederne får øget opmærksomhed på praktikpladser.



Kommunikation og markedsføring

Faktaark giver virksomhederne overblik

Formålet med faktaarkene er at give virksomheder relevant information om muligheder for at tage elever.

Aktivitetens indhold

Med udarbejdelsen af formidlingsvenlige faktaark giver skolen virksomhederne et overskueligt overblik over uddannelsesaftaler, omkostninger for virksomheden (herunder oplysninger om løn, feriepenge, pension og refusion) og regler for godkendelse. De opsøgende medarbejdere anvender faktaarkene i mødet med virksomhederne, og faktaarkene efterlades på virksomhederne.



Involverede aktører

Praktikpladskonsulenter udarbejder faktaarkene i samarbejde med kommunikationsafdelingen.



Forudsætninger for succes

- Ressourcer skal afsættes til udarbejdelse af faktaark.
- Viden om lovgivning og regler.



Gode råd

- Indsæt kun informationer, der gælder over tid, idet opdateringer kræver ressourcer.
- Lav faktaark i en trykt version samt i en elektronisk version, der kan fremsendes på mail.
- Husk at indsætte links til mere information på skolens hjemmeside i faktaarkene.



Resultat af aktiviteten

- Virksomhederne får information om mulighederne og vilkårene ved at tage en elev.



Markedsføring gennem annoncer

Formålet er at skabe øget synlighed om skolens praktikpladsindsats og muligheder for at tage en elev.

Aktivitetens indhold

I forbindelse med markedsføringsindsatsen gennemfører skolen en behovsanalyse, der afdækker de lokale virksomheders behov for elever. Analysen afdækker, indenfor hvilke områder der mangler henholdsvis elever og lærepladser. Analysen fokuserer på flaskehalsproblematikken. På baggrund af kontakt til virksomhederne gennemfører skolen en annoncekampagne, der synliggør, hvor der mangler elever og praktikpladser.



Involverede aktører

Aktiviteten er igangsat gennem et samarbejde mellem uddannelseslederen og kommunikationschefen på skolen.



Forudsætninger for succes

- Økonomiske midler til annoncering.
- Kommunikationskompetencer, herunder forståelse af målgruppe.



Gode råd

- Vær opmærksom på udvikling af skolens brand.
- Aktivér lokale medier med en historie om de ledige elever.
- Tænk i nye baner for at dagsordensætte praktikpladssituationen.



Resultat af aktiviteten

- Synlighed om praktikpladssituationen og skolens elever.
- Skolen fremstår som en ansvarlig aktør.
- Virksomhederne øger opmærksomheden på lærlinge/elever.

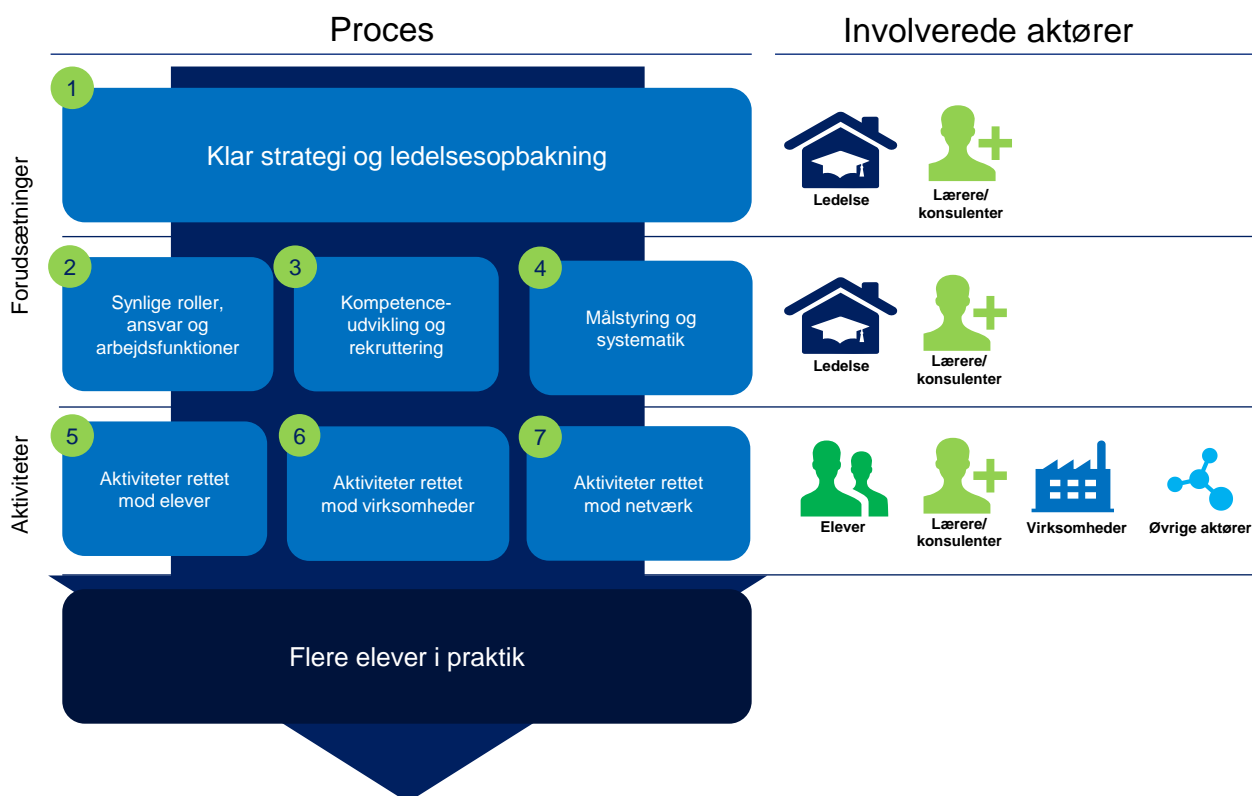


4. God praksis i praktikpladsarbejdet

Erhvervsskolerne arbejder løbende med professionalisering af arbejdet med at skabe praktikpladser og implementere god praksis i indsatsen. For at udvikle god praksis kan skolerne lade sig inspirere af syv gode råd til tilrettelæggelse af den fremtidige praktikpladsindsats.

Figuren nedenfor samler op på de forudsætninger og aktiviteter, der kan indgå i en proces, der sigter mod udvikling af god praksis i praktikpladsarbejdet. Processen repræsenterer en samlet model for, hvilke elementer erhvervsskolerne ideelt set bør arbejde med for at få flere elever i praktik, og hvilke aktører, der er involveret i processens trin.

Proces for god praksis i praktikpladsarbejdet



Hensigten med procesbeskrivelsen er at give erhvervsskolerne inspiration til at arbejde med en proces, der understøtter udvikling af god praksis og skaber gode resultater for praktikpladsindsatsen.

Det er væsentligt at fremhæve, at erhvervsskolerne sagtens kan have god praksis og opnå gode resultater, uden at alle forudsætningerne i processen er til stede, eller at samtlige aktiviteter er gennemført.

Syv gode råd til at skabe god praksis

Processen for god praksis i praktikpladsarbejdet er nedenfor udfoldet i syv gode råd til tilrettelæggelse af den fremtidige praktikpladsindsats. De gode råd er udarbejdet i forlængelse af de forudsætninger for god praksis, der er beskrevet i kapitel 2. De syv gode råd til erhvervsskolerne er:

1. Udarbejd en klar strategi med målsætninger for praktikpladsarbejdet, og sørg for, at både ledelse og medarbejdere bakker op om strategien.
2. Etabler en proces, der resulterer i synlighed omkring roller, ansvar og konkrete arbejdsfunktioner for de enkelte enheder og medarbejdere, der er involveret i praktikpladsarbejdet.
3. Gennemfør systematisk kompetenceudvikling af nuværende medarbejdere, eller overvej tilførsel af kompetencer gennem rekruttering af nye medarbejdere.
4. Opsæt produktionsmål for besøg og aftaler for de opsøgende medarbejdere. Dette øger mulighederne for resultatstyring og systematik i den opsøgende indsats overfor virksomhederne.
5. Fokuser på udvikling af elevernes målrettethed og kompetencer til ansøgninger gennem vejledning og hjælp til udarbejdelse af ansøgning og cv.
6. Skab tætte relationer til virksomhederne gennem systematisk anvendelse af it-systemer (for eksempel Praktik+) i tilrettelæggelsen af det praktikpladsopsøgende arbejde, og skab god kommunikation. Aktivér virksomheder gennem afholdelse af aktiviteter, hvor virksomhederne møder eleverne – enten på skolen eller i virksomhederne.
7. Opbyg netværk til aktører, der har mulighed for at bidrage til udviklingen af flere praktikpladser, for eksempel LUU, lokale erhvervsnetværk og andre erhvervsskoler.

De syv gode råd retter sig både mod erhvervsskolernes ledelse og de medarbejdere, der indgår i praktikpladsindsatsen. Det er erhvervsskolernes ledelse, der bør tage initiativ til professionalisering af indsatsen gennem øget fokus på at skabe de rette forudsætninger for at udvikle god praksis i indsatsen.

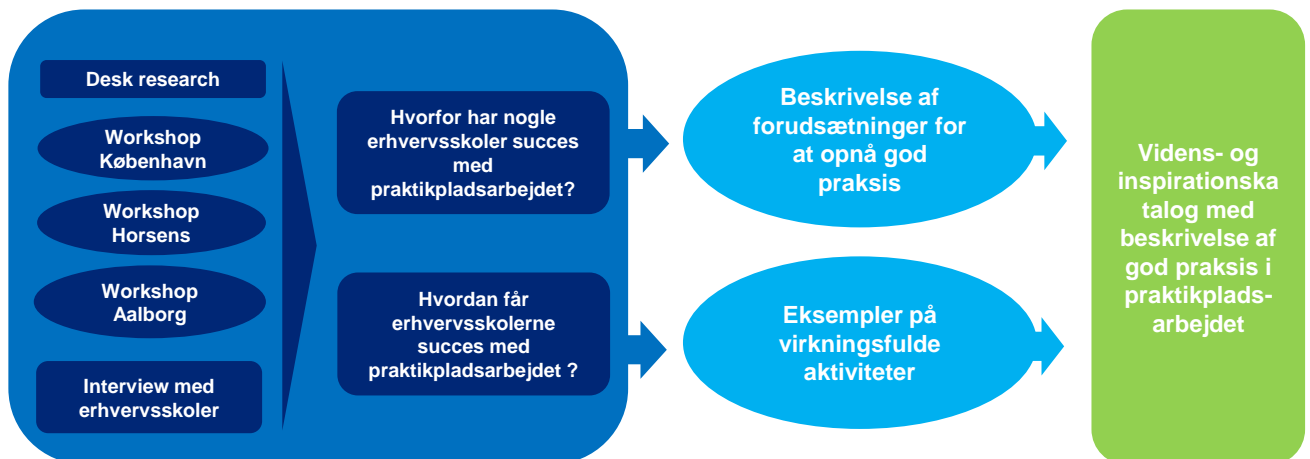
Processen for god praksis og de syv gode råd kan fungere som et kvalificeret afsæt for dette arbejde.

5. Grundlag for videns- og inspirationskataloget

Udarbejdelsen af videns- og inspirationskataloget er primært baseret på indsamling af viden om erfaringer på de skoler, der har haft størst succes med praktikpladsindsatsen i perioden 2011-2013. Processen har dog også inddraget erfaringer fra skoler, der har haft større udfordringer med at få elever i praktik i perioden.

Erhvervsskolernes erfaringer indgår som grundlag for en beskrivelse af, hvorfor nogle erhvervsskoler har succes med praktikpladsarbejdet, og hvordan alle skoler kan forbedre praksis. Erfaringerne er samlet i beskrivelser af, hvilke forudsætninger der skal være til stede for at opnå god praksis, ligesom erhvervsskolerne har beskrevet virkningsfulde aktiviteter, der indgår i aktivitetskataloget. Figuren nedenfor illustrerer grundlaget for videns- og inspirationskataloget.

Illustration af grundlag for videns- og inspirationskataloget



I processen for indsamling af viden og erfaringer er der gennemført følgende aktiviteter:

Deskresearch af eksisterende viden om praktikpladsopsøgende arbejde. Deskresearchen har givet viden om, hvordan skolerne arbejder med praktik-

pladsindsatsen. Den tilvejebragte viden har blandt andet fungeret som input til tilrettelæggelsen af workshops med erhvervsskolerne.

Tre workshops med erhvervsskoler, der har gode resultater med at få elever i praktik i perioden 2011-2013. Der blev afholdt workshops i København, Horsens og Aalborg med i alt 60 deltagere fra 23 forskellige erhvervsskoler. Deltagerne var blandt andre uddannelseschefer, praktikcenterchefer, praktikpladskonsulenter, vejledere, lærere og skolepraktikinstruktører. De tre workshops har givet indsigt i årsager til, at de succesfulde erhvervsskoler opnår gode resultater, og hvilke forudsætninger der skal til for at skabe god praksis i praktikpladsarbejdet. Erhvervsskolerne har ligeledes beskrevet og kvalificeret en række virkningsfulde aktiviteter, der bidrager til, at flere elever kommer i praktik.

Fire kvalitative interview med uddannelseschefer og praktikpladskonsulenter på fire erhvervsskoler, der har haft udfordringer med at få eleverne i praktik perioden 2011-2013. Interviewene har bidraget med input til viden om udfordringer i praktikpladsarbejdet.

Om Deloitte

Deloitte leverer ydelser indenfor revision, skat, consulting og financial advisory til både offentlige og private virksomheder i en lang række brancher. Vores globale netværk med medlemsfirmaer i mere end 150 lande sikrer, at vi kan stille stærke kompetencer til rådighed og yde service af højeste kvalitet, når vi skal hjælpe vores kunder med at løse deres mest komplekse forretningsmæssige udfordringer. Deloitte's cirka 210.000 medarbejdere arbejder målrettet efter at sætte den højeste standard.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited

Deloitte er en betegnelse for Deloitte Touche Tohmatsu Limited, der er et britisk selskab med begrænset ansvar, og dets netværk af medlemsfirmaer. Hvert medlemsfirma udgør en separat og uafhængig juridisk enhed. Vi henviser til www.deloitte.com/about for en udførlig beskrivelse af den juridiske struktur i Deloitte Touche Tohmatsu Limited og dets medlemsfirmaer.