

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

**Přihláška do soutěže
Být při tom**

Název projektu	Evropa v zorném poli studenta	
Kategorie ¹⁾	3	
Jméno/Název organizace	Klub mladých Evropanů	
Adresa	Železná 18 110 00 Praha 1	
Kontakt	tel.: 224247083	fax: 224 222 882
	e-mail: info@evropane.org (web: www.evropane.org)	
Cíl projektu ²⁾	<p>1) Povzbudit zájem středoškoláků o studium a pracovní příležitosti v zahraničí a překonat tak fámy o jeho finanční nedostupnosti.</p> <p>2) Zavedení konceptu „studenti studentům“ v oblasti předávání informací a mezilidské komunikaci (tj. informace poskytují cílové skupině mladí lidé se zkušenostmi ze zahraničí. Celý projekt také organizují lidé mladší 22 let, kterým poskytuje rozsáhlé možnosti seberealizace.</p>	
Cílová skupina ³⁾	cca 10 000 studentů gymnázií	
Stručný popis	Formou panelové putovní výstavy otevírané besedou seznámit studenty s možnostmi studia a pracovních příležitostech v zahraničí. Výstava je rozdělena do 9 tematických celků a byla umístěna na každé škole 5 dní. Během této doby proběhla moderovaná beseda s účastníky zahraničních studijních nebo pracovních programů. Na organizaci se podílelo přes 100 lidí.	
Časový harmonogram ⁴⁾	<p>květen – červen 2003 příprava obsahové části panelů</p> <p>červen 2003 – oslovení cílových škol I. fáze</p> <p>červenec 2003 – setkání organizačního týmu</p> <p>srpen 2003 – grafická příprava a tisk panelů a prezentačních materiálů</p> <p>září – prosinec 2003 – výstavy a besedy na sš</p> <p>prosinec 2003 – příprava a tisk závěrečné zprávy I. fáze</p> <p>leden 2004 – setkání organizačního týmu, aktualizace a tisk panelů</p> <p>leden – duben 2004 – výstavy a besedy na sš</p> <p>duben 2004 – příprava a tisk závěrečné zprávy fáze II.</p>	
Hodnocení (účastníci, projekt)	Jedná se jeden z nejúspěšnějších projektů naší organizace během celé její existence. V březnu 2003 vznikla idea odstranit informační vakuum, jež jsme chtěli realizovat na 10 školách, které navštěvovali naši kamarádi i my. Fakt, že jejich počet se nakonec zvýšil na dvojnásobek mluví za sebe. Nikdy jsem také neviděl takovou „zapálenost“, odhodlanost a dřinu stovky dobrovolníků jako při realizaci této akce.	

Propagace ⁶⁾	Místní koordinátoři propagovali výstavu v místních novinách, časopisech, rozhlasu, televizi a dalších médiích. Přehled propagace I. fáze projektu – viz závěrečná zpráva květen – prosinec 2003, propagace II. fáze projektu naleznete zvlášť v příloze.										
Finanční zdroje ⁷⁾	<table border="0"> <tr> <td colspan="2">Soukromí sponzoři:</td> </tr> <tr> <td>nadace Konrad-Adenauer-Stiftung:</td> <td>121 000,- Kč</td> </tr> <tr> <td>Komerční banka, a.s.</td> <td>100 000,- Kč</td> </tr> <tr> <td>Studypoint, s.r.o. (zastoupení STS-Student Travel School)</td> <td>50 000,- Kč</td> </tr> <tr> <td>CELKEM</td> <td>271 000,- Kč</td> </tr> </table>	Soukromí sponzoři:		nadace Konrad-Adenauer-Stiftung:	121 000,- Kč	Komerční banka, a.s.	100 000,- Kč	Studypoint, s.r.o. (zastoupení STS-Student Travel School)	50 000,- Kč	CELKEM	271 000,- Kč
Soukromí sponzoři:											
nadace Konrad-Adenauer-Stiftung:	121 000,- Kč										
Komerční banka, a.s.	100 000,- Kč										
Studypoint, s.r.o. (zastoupení STS-Student Travel School)	50 000,- Kč										
CELKEM	271 000,- Kč										

V Praze dne 19.7. 2004

Jan Kotala
statutární zástupce

Být při tom

Průvodce vyplňováním tabulky

1) Kategorie:

Kategorie projektu viz. "Podmínky soutěže Být při tom"

2) Cíl projektu:

Plánovaný cíl projektu.

Příklad: Pomocí sportu a aktivního zapojení těchto minoritních skupin mládeže do organizace závodu a jeho přípravy se snažíme směřovat jejich aktivitu k zodpovědnému jednání.

3) Cílová skupina:

Jedná se o skupinu, která je cílem projektu.

Příklad: minoritní skupiny, sportovně založená mládež.

4) Časový harmonogram:

Doba trvání, od kdy do kdy, čas vyhodnocení, atd.

5) Hodnocení:

Jedná se o stručné zhodnocení projektu i účastníků.

V příloze statistiky, přehledy účastníků i hodnotící zprávy, aj.

6) Propagace:

Způsob propagace a vynaložené prostředky na tuto propagaci.

V příloze pak přiložené ukázky propagačních letáků, plakátů, pozvánek, soupis rozhlasového či televizního vysílání, výstřižky z novin, apod.

7) Finanční zdroje:

Kompletní financování projektu.

Příklad: sponzorské dary, státní dotace, apod.