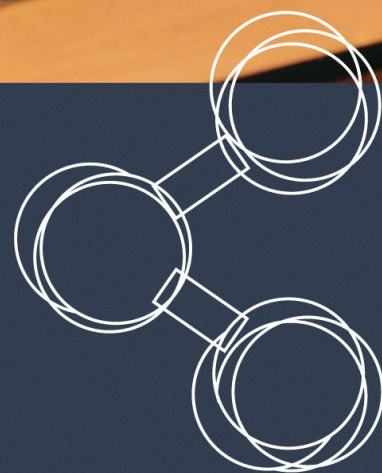





Angazhimi cilësor i sektorit privat

Manual për shkollat profesionale



Një projekt i Agjencisë Zvicerane për
Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agjencia Zvicerane për Zhvillim
dhe Bashkëpunim SDC

Në partneritet me:



Zbatuar nga:


swisscontact

ANGAZHIMI CILËSOR I SEKTORIT PRIVAT

MANUAL PËR SHKOLLAT PROFESIONALE

Nëntor, 2024

1

Një projekt i Agjencisë Zvicerane për
Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agjencia Zvicerane për Zhvillim
dhe Bashkëpunim SDC

Në partneritet me:



Zbatuar nga:


swisscontact

Autorë:

Dr. Nertila Busho
Dorian Kamberi

Kontributorë

Gentiana Baholli
Valbona Çoka
Dorina Dudi
Rudina Gjoka
Gentjana Hazinedari
Merita Koço
Meralda Mahilaj
Dorela Maçka
Dr. Anila Nanaj
Rovena Sekniqi
Valbona Xibraku
Jonida Jani

Nën mbikqyrjen e Prof. Asoc. Dr. Erka Çaro, Zv. Menaxhere Projekti dhe Elton Jorgji, Menaxher Linje për Marrëdhëniet me Bizneset dhe Partnerët

Rreth projektit “Aftësi për Punë” (S4J)

Aftësi për Punë (S4J) është një projekt i Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC) i zbatuar nga Swisscontact, i cili synon të adresojë sfidat kryesore në Arsimin dhe Formimin Profesional (AFP) në Shqipëri. Që prej tetorit 2015, projekti “Aftësi për Punë” (S4J) mbështet qeverinë dhe aktorët e tjerë të interesit për të ndërtuar një sistem cilësor të AFP në Shqipëri, i frymëzuar nga modeli zviceran. Në fazën e tij të tretë (2024-2027), me theks të veçantë tek qëndrueshmëria, projekti është angazhuar në ndarjen dhe zhvillimin e mëtejshëm të njohurive dhe përvojave të përfuara në nivel sistemi, në bashkëpunim të ngushtë me shkollat partnere.

Pronësia intelektuale

© Ky publikim është pronësi ekskluzive intelektuale e projektit “Aftësi për Punë” (S4J). Publikimi mund të aksesohet, lexohet, shkarkohet apo printohet vetëm për përdorim personal. Ndalohet riprodhimi, shpërndarja, shitja, shfaqja, ndryshimi apo përshtatja e çdo materiali që përfshihet në publikim pa autorizim nga S4J.

Shënim: *Pikëpamjet dhe konkluzionet e shprehura në këtë publikim nuk paraqesin domosdoshmëri të pozicionit zyrtar të Qeverisë Zvicerane ose Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC)*

Tabela e përmbajtjes

| | |
|--|----|
| Shkurtime..... | 5 |
| Fjalorth..... | 6 |
| Hyrje..... | 9 |
| Objektivat e manualit..... | 9 |
| Për kë është ky manual? | 9 |
| Struktura dhe përdorimi i manualit | 10 |
| Metodologjia..... | 11 |
| Konteksti në të cilën është zhvilluar manuali..... | 12 |
| I. Një angazhim cilësor i sektorit privat në shkollat profesionale | 13 |
| 1.1 Fushat e bashkëpunimit të sektorit privat me AFP-në..... | 15 |
| 1.2 Angazhimi cilësor i sektorit privat me ofruesit e AFP-së | 16 |
| 1.3 Sfidat e bashkëpunimit të sektorit privat me AFP-në | 17 |
| II. Marketingu Institucional | 20 |
| 2.1 Përfitimet nga zhvillimi i Aktiviteteve Promovuese me bashkëpunimin e sektorit privat..... | 20 |
| 2.2 Aktivitetet tipike promovuese me pjesëmarrjen e sektorit privat dhe aplikimi i hapave të sugjeruar..... | 21 |
| 2.3 Indikatorët e suksesit | 23 |
| 2.4 Hapat për zhvillimin e aktiviteteve promovuese me përfshirjen e sektorit privat..... | 23 |
| 2.5 Instrumente mbështetës..... | 24 |
| 2.6 Raste të mira | 25 |
| 2.7 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Marketingun Institucional..... | 27 |
| III. Konsultimi për ofertën mësimore | 28 |
| 3.1 Përfitimet nga procesi i Konsultimit të Ofertës në bashkëpunim me sektorin privat..... | 28 |
| 3.2 Indikatorët e suksesit | 29 |
| 3.3 Realizimi i Konsultimit të Ofertës dhe Aktivitetet..... | 29 |
| 3.4 Instrumente mbështetës..... | 31 |
| 3.5 Praktika të mira | 32 |
| 3.6 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Konsultimin e Ofertës | 34 |
| IV. Lëvrimi i kurrikulës në nivel ofruesi | 35 |
| 4.1 Përfitimet nga zhvillimi i lëvrimin të kurrikulës në nivel ofruesi në bashkëpunimin e sektorit privat..... | 35 |
| 4.2 Aktivitetet tipike me pjesëmarrjen e sektorit privat dhe aplikimi i hapave të sugjeruar | 35 |
| 4.3 Indikatorët e suksesit | 38 |
| 4.4 Hapat për zhvillimin e lëvrimin të kurrikulës në nivel ofruesi me përfshirjen e sektorit privat..... | 38 |
| 4.5 Instrumente mbështetës..... | 40 |
| 4.6 Raste të mira | 40 |
| 4.7 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Lëvrimin e kurrikulës në nivel ofruesi | 41 |
| V. Orientimi në Karrierë | 42 |
| 5.1 Përfitimet nga zhvillimi i Orientimit në karrierë në bashkëpunimin me sektorin privat..... | 42 |

| | |
|--|----|
| 5.2 Aktivitetet tipike të orientimit të karrierës me pjesëmarrjen e sektorit privat dhe aplikimi i hapave të sugjeruar | 43 |
| 5.3 Indikatorët e suksesit | 45 |
| 5.4 Hapat për zhvillimin e orientimit të karrierës me përfshirjen e sektorit privat. | 45 |
| 5.5 Instrumente mbështetës..... | 46 |
| 5.6 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Orientimin në Karrierë | 47 |
| VI. Projektet | 48 |
| 6.1 Përfitimet nga procesi i zhvillimit të Projekteve në bashkëpunim me sektorin privat | 48 |
| 6.2 Indikatorët e suksesit | 49 |
| 6.3 Procesi i realizimit të Projekteve në bashkëpunim me bizneset..... | 49 |
| 6.4 Instrumente mbështetës..... | 51 |
| 6.5 Praktika të mira | 52 |
| 6.6 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Zhvillimin e Projekteve..... | 53 |
| VII. Pjesëmarrja aktive e biznesit në vendimarrjen e AFP-së | 54 |
| 7.1 Hapat që na shërbejnë për një përfaqësim aktiv të sektorit privat në Bordin Drejtues të shkollës..... | 54 |
| 7.2 Indikatorët..... | 55 |
| 7.3 Instrumentet | 55 |
| 7.4 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Bordin Drejtues | 56 |
| VIII. Sponsorizimet | 57 |
| 8.1 Përfitimet mbështetja e sektorit privat me sponsorizime | 57 |
| 8.2 Indikatorët e suksesit | 58 |
| 8.3 Procesi dhe hapat e sponsorizimit nga bizneset..... | 58 |
| 8.4 Instrumente mbështetës..... | 59 |
| 8.5 Mini praktika të mira | 60 |
| 8.6 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Sponsorizimet | 60 |
| Si mund të tejkalohen disa nga sfidat e bashkëpunimit AFP- Sektor Privat | 62 |
| Referencat | 63 |

Shkurtime

| | |
|--------|--|
| AFP | Arsimi dhe Formimi Profesional |
| AKAFPK | Agjencia Kombëtare e Arsimit, Formimit Profesional dhe Kualifikimeve |
| AKPA | Agjencia Kombëtare për Punësim dhe Aftësi |
| AP | Arsim Profesional |
| IOAFP | Institucionet Ofruese të Arsimit dhe Formimit Profesional |
| NJZH | Njësia e Zhvillimit |
| KOK | Koordinatori i Orientimit në Karrierë |
| KMB | Koordinatori i Marrëdhënieve me Biznesin |
| KMI | Koordinatori i Marketingut Institucional |
| KSHK | Korniza Shqiptare e Kualifikimeve |
| KPP | Komisioni i Provimeve Përfundimtare |
| KVPP | Komisioni i Vlerësimit të Provimit Përfundimtar Praktik |
| KVPT | Komisioni i Vlerësimit të Provimit Përfundimtar Teorik |
| KVPTP | Komisioni i Vlerësimit të Provimit Përfundimtar Teoriko-praktik |
| S4J | Skills for Jobs (Projekti “Aftësi për Punë”) |

Fjalorth

Aftësia është zotësia për të zbatuar njohuritë dhe dijet, në përmbushjen e detyrave e në zgjidhjen e problemeve. Aftësia mund të jetë njohëse, kur vë në përdorim mendimin logjik, intuitiv dhe krijues, ose praktike, kur vë në përdorim shkathtësinë manuale dhe përdorimin e metodave, materialeve, veglave e instrumenteve.

Agjencia Kombëtare e Arsimit, Formimit Profesional dhe Kualifikimeve është institucioni publik përgjegjës për krijimin e sistemit të unifikuar të kualifikimeve profesionale, të njohura në nivel kombëtar, bazuar në Kornizën Shqiptare të Kualifikimeve, si dhe për kualifikimin e trajnimitin e vazhduar të mësuesve/instruktorëve të arsimit profesional.

Arsimi dhe Formimi Profesional (AFP) është fushë e aftësive profesionale, që kombinon arsimin me praktikën profesionale, e cila i pajis individët me njohuri e shprehje të veçanta, si dhe me kompetenca të gjera që kërkohen për t'u punësuar në një profesion të caktuar dhe për t'u integruar në tregun e punës.

Biznes është një organizatë ku njerëzit punojnë së bashku për të bërë dhe shitur produkte ose shërbime. Njerëz të tjerë blejnë produktet dhe shërbimet. Një biznes mund të fitojë një fitim për produktet dhe shërbimet që ofron.

Dhoma e Tregtisë dhe Industrisë është një rrjet ose grupim biznesesh. Objekti i saj është përfaqësimi dhe mbrojtja e interesave të ligjshëm ekonomik të anëtarëve të saj; nxitja e veprimtarisë tregtare e industriale në vend; nxitja e bashkëpunimit ekonomik dhe tregtar me vendet e tjera dhe veprime të tjera. (LIGJ Nr. 9640, datë 9.11.2006, përditësuar me Ligjin nr.9897, datë 10.04.2008 dhe Ligji Nr. 93/2016).

Institucion Ofrues i Arsimit dhe Formimit Profesional (IOAFP) është institucioni publik ose jopublik (person fizik ose juridik), i licencuar dhe/ose i akredituar për të ofruar programe/shërbime të AFP-së në Republikën e Shqipërisë.

Industria nënkupton një sektor të caktuar ku kompani të ndryshme biznesi veprojnë si p.sh industria e sigurimeve, industria e ndërtimit, industria e automobilave.

Kurrikula është projekt pedagogjik i zhvillimit të nxënësit/kursantit gjatë periudhës së shkollimit/trajnimit, gjithashtu konsiderohet si një sistem që përmban një organizim të veprimtarive dhe të përvojave të mësimdhënies dhe të nxënies, të cilave duhet t'u nënshtrohet një nxënës/kursant, për përmbushjen e qëllimeve mësimore specifike.

Këshillimi për karrierën përqendrohet në trajtimin dhe kapërcimin e sfidave që ka individ. Realizohet si këshillim një për një apo në grupe shumë të vogla dhe ka një qasje më shumë

psikologjike.

Kompetenca është zotësia e provuar në përdorimin e njohurive, të aftësive dhe të kapaciteteve personale, shoqërore dhe/ose metodologjike, në punë apo raste studimi, si dhe në zhvillimin profesional e individual. Kompetenca përfshin përgjegjësinë dhe autonominë e veprimit.

Kompetencë profesionale: është aftësia e individit për të demonstruar përbushjen me sukses (brenda standardeve) të një detyre profesionale të dhënë. Kompetenca profesionale ka të bëjë me aftësitë e fituara nga nxënësi/ kursanti në përdorimin e njohurive, shprehive, qëndrimeve dhe vlerave në procese të nxëni dhe veprimtari profesionale.

Kompetencë personale është aftësi e një individi që i mundëson përshtatjen në situata dhe kontekste të ndryshme të të vepruarit, të nxënit dhe të punuarit.

Kualifikimi është një rezultat formal i një procesi vlerësimi dhe vlefshmërie, i përfituar prej një organi kompetent/institucioni arsimor, të akredituar, që përcakton se individi ka arritur një nivel të caktuar njohurish, aftësish dhe kompetencash në përputhje me një standard të dhënë.

Korniza Shqiptare e Kualifikimeve (KSHK) është një sistem kombëtar për klasifikimin e kualifikimeve, sipas një tërësie kriteresh, për nivele specifike të të nxënit të përftuar, që ka për qëllim integrimin dhe koordinimin e nënsistemeve kombëtare të kualifikimeve dhe përmirësimin e transparencës, aksesit, përparimit dhe cilësisë së kualifikimeve që lidhen me tregun e punës dhe shoqërinë civile.

Kualifikim profesional është sistem njohurish, aftësish, qëndrimesh dhe vlerash, të cilat mundësojnë ushtrimin me sukses të një aktiviteti të caktuar profesional, i cili mund të përftohet nëpërmjet mësimnxënies të një ofruesi AFP-së, i përmbyllur me provime dhe i certifikuar nëpërmjet një dokumenti përkatës (certifikatë).

Njësia e Zhvillimit (NJZH) është struktura e brendshme e ofruesit të AFP-së, e cila planifikon dhe realizon veprimtari zhvillimore në mbështetje të ngritjes së kapaciteteve të brendshme dhe rritjes së cilësisë.

Njohuri është gjithçka që arrihet, si rezultat i përvetësimit të informacionit, përmes të mësuarit. Njohuri do të thotë tërësia e fakteve, parimeve, teorive e praktikave, që lidhen me një fushë të caktuar të ushtrimit të profesionit apo të studimeve. Njohuria mund të jetë teorike dhe/ose faktike.

Orientimi për karrierën është mbështetja që u jepet nxënësve për të qenë më të përgatitur në arritjen e vendimeve lidhur me arsimimin, formimin profesional apo karrierën, bazuar në njohjen e vetes, interesave, shkathtësive e aftësive të tyre, si dhe burimet dhe mundësitë e lidhura me to.

Provime në AFP janë provimet përfundimtare të niveleve që zhvillohen në ofruesit publikë të arsimit profesional, në përfundim të çdo kualifikimi, për nivelet 2 – 5 të Kornizës Shqiptare të Kualifikimeve.

Qëndrueshmëri është aftësia për të duruar. Në rastin e bashkëpunimit biznes-AFP, qëndrueshmëri do të thotë strategjia për të siguruar që bashkëpunimi zgjat në periudhë afatgjatë dhe prodhon rezultate për palët e përfshira. Kjo nënkupton institucionalizimin e proceseve të bashkëpunimit dhe mirëmbajtjen e zgjerimin e rezultateve të bashkëpunimit.

Spektori privat nënkupton punëdhënësit në biznes dhe industri.

Sponsorizimi është akti i mbështetjes së një organizate, ngjarjeje ose personi financiarisht ose nëpërmjet ofrimit të produkteve dhe / ose shërbimeve (mbështetje në natyrë). Kompania, individi ose grupi që ofron mbështetjen, njihet si sponsori.

Trajnim i bazuar tek kompetencat është një qasje trajnimi që vendos theksin në atë që një person është i aftë të bëjë në një vend pune si rezultat i përfundimit të një programi trajnimi. Trajnimet bazohen mbi standardet e kompetencës, të cilat janë specifikime të përcaktuara lidhur me aftësitë, njohuritë dhe qëndrimet e nevojshme për të vepruar në mënyrë efektive në një industri specifike ose profesion.

Hyrje

Prej disa vitesh projekti “Aftësi për Punë”, S4J adreson sfidat kryesore në Arsimin dhe Formimin Profesional në Shqipëri si dhe mundëson zhvillimin e kompetencave dhe fuqizimin e aktorëve përkatës në këtë sistem. Në këtë fazë të tretë të tij, ku fokusi është vendosur në zhvillimin, konsolidimin dhe transferimin e gjashtë linjave kryesore të inovacionit si: Digjitalizimi i Ofertës së Arsimit dhe Formimit Profesional (AFP), Përmirësimi i Proceseve dhe Strukturave të Brendshme, Modelet e Zhvillimit të Vazhdueshëm Profesional, Marrëdhëniet me Bizneset dhe Partnerët, Cilësia e të Nxënësve përmes Punës, dhe Diversifikimi i Ofertës dhe Zhvillimi i Aftësive - në kuadër të linjës së Marrëdhënive me Biznesin dhe Partnerët, përgjatë periudhës Shkurt-Qershor 2024 janë zhvilluar një sërë aktivitete, ku nëpërmjet përfshirjes së stafit të projektit dhe ekspertëve të fushës është bërë e mundur zhvillimi i kompetencave dhe fuqizimit të aktorëve kryesorë që lidhin shkollat me bizneset si edhe paralelisht janë dokumentuar situatat konkrete të evidentuara në shkollat: “Kolin Gjoka” në Lezhë, “Hamdi Bushati” në Shkodër, “Kristo Isak” në Berat, “Tregtare” në Vlorë dhe “SHTET” në Tiranë, të cilat janë finalizuar në ndërtimin e një materiali, Manuali mbi Angazhimin cilësor të sektorit privat në AFP, e cila do t’iu vihet në dispozicion ofruesve të shërbimit të AFP-së për në vijueshmëri.

Objektivat e manualit

Qëllimi i këtij dokumenti është të ofrojë një material të qartë dhe lehtësisht të lexueshme, mbi aktivitetet që ofrojnë institucionet ofruese të shërbimit të AFP-së në lidhje me sektorin privat, dhe kjo sa mbështetur në përvojën dhe mësimet e nxjerra nga zhvillimi i këtyre aktiviteteve në shkollat si: “Kolin Gjoka” në Lezhë, “Hamdi Bushati” në Shkodër, “Kristo Isak” në Berat, “Tregtare” në Vlorë dhe “SHTET” në Tiranë. Gjithashtu ky material ka konsideruar me shumë vlerë edhe përvojat më të mira të vendeve që e kanë zhvilluar angazhimin cilësor të sektorit privat në arsimin profesional.

Objektivat e manualit janë:

1. Të përcaktojë konceptet bazë të fushave që trajtohen në të;
2. Të pasqyrojë në mënyrë të thjeshtë çdo aktivitet që ndiqet nëpërmjet sqarimit të hapave përkatës, dizenjimit të diagramës së rrjedhës, përcaktimit të afateve kohore të ndodhjes së tyre dhe identifikuar personat përgjegjës;
3. Të pajisi shkollat me instrumentet më të nevojshme sa lidhur me këto aktivitete;
4. Të vendosë një standard mbi zhvillimin e këtyre aktiviteteve nëpërmjet disa targetëve të sugjeruar për aktivitetet;
5. Të evidentojë shembujve konkretë për secilën rubrikë të trajtuar.

Për kë është ky manual?

Ky manual përshkruan në mënyrë të detajuar fushat e bashkëpunimit të shkollave profesionale me sektorin privat. I shkruar me një gjuhë të thjeshtë dhe i pajisur me një fjalorth të dedikuar mund të konsiderohet nga një audiencë e gjerë që konsideron me interes marrëdhënien dhe aktivitetet që lidhin arsimin profesional me sektorin privat. Në përditshmëri ky manual i vjen më në ndihmë:

Ofruesit e AFP-së

Ky manual i vjen në ndihmë ofruesit të AFP-së, publikë apo privatë, ku në mënyrë parësore i referohet shkollave të mesme profesionale si edhe posteve të veçanta që lidhen edhe më tepër me ndjekjen e marrëdhënies së ofruesit të AFP-së me sektorin privat si:

- Drejtuesve të AFP-ve
- Njësia e zhvillimit pranë ofruesit të AFP-së
- Koordinatorët e Marrëdhënieve me Bizneset,
- Koordinatorët e Marketingut Institucional,
- Koordinatorin për Orientimin për Karrierën
- Koordinatorët e Kurrikulës,
- Koordinatorët e Projekteve
- Stafit pedagogjik dhe administrativ të AFP-së.

Bizneset dhe Institucionet e tjera bashkëpunuese me ofruesit e AFP-së

Ky manual është i përshtatshëm për tu konsideruar nga të gjithë bizneset dhe institucionet të cilat janë në një marrëdhënie bashkëpunimi me ofruesit e AFP-së ose mendojnë të nisin një bashkëpunim me ofruesit e AFP-së. Në këtë mënyrë mund të konsiderojnë fusha bashkëpunimi të cilat i kanë aktiv me ofruesit e AFP-së dhe mund të konsiderojnë pjesë të manualit për ta bërë edhe më të strukturuar e të lehtë bashkëpunimin ose mund të konsiderojnë nëpërmjet këtij manuali fusha/aktivitete të reja bashkëpunimi.

Palëve të tjera

Ky manual shërben edhe për palë të tjera si prindër të nxënësve, studiues, ekspertë, akademikë, profesionistë të fushës, etj., që janë të interesuar në drejtim të njohjes së marrëdhënies dhe aktiviteteve të AFP-së me sektorin privat.

Struktura dhe përdorimi i manualit

Ky manual është strukturuar në disa kapituj që përshkruajnë fushat dhe aktivitetet e bashkëpunimit që lidhin ofruesit e AFP-së me sektorin privat. Materiali fillon me një hyrje, trajton objektivat e vetë materialit, , përcakton se çfarë do të thotë një angazhim cilësor i sektorit privat me ofruesit e AFP-së dhe sjell në vëmendje edhe kontekstin në të cilin është zhvilluar ky manual, duke vijuar më pas me secilin kapitull që trajton fushat e bashkëpunimit si: Marketingu Institucional; Konsultimi për Ofertën Mësimore; Kurrikula e Aplikuar; Orientimi në Karrierë; Projektet; Bordin Drejtues dhe Sponsorizimet. Përgjatë trajtimit të fushave të bashkëpunimit mes ofruesve të AFP-së dhe sektorit privat janë përcaktuar se: cilat janë përfitimet nga ky bashkëpunim, indikatorët e mundshëm për matjen e suksesit, përcaktimi i disa hapave përshkrues mbi këtë bashkëpunim i cili pasqyrohet edhe me një skemë ilustruese përmbledhëse, trajton instrumentet mbështetës që mund të përdoren përgjatë aktiviteteve si edhe sjell disa shembuj konkretë e praktikë nga shkollat profesionale.

I strukturuar në këtë formë manuali mundëson që përdoruesi në varësi të informacionit që dëshiron të konsideroj të drejtohet menjëherë në kapitullin specifik në të cilin trajtohet fusha e bashkëpunimit. Në të do të orientohet menjëherë me një skemë të thjeshtë të elementëve dhe aktiviteteve që realizohen mbi fushën specifike, të mund të konsiderojnë disa indikatorë performance, afate kohore kur mund të realizohen, persona përgjegjës për mirëfunksionimin, instrumente ndihmës për zhvillimin e aktiviteteve si dhe shembuj praktikë sesi disa prej aktiviteteve janë zhvilluar nga disa shkolla profesionale.

Metodologjia

Në përmbushje të qëllimit të zhvillimit, konsolidimit dhe transferimit të njohurive në aktorët kryesorë të procesit në lidhje me linjën e Marrëdhënieve me Biznesin dhe Partnerët, përpos ndikimit të projektit përgjatë procesit në shkollat partnere (“Kolin Gjoka” në Lezhë, “Hamdi Bushati” në Shkodër, “Kristo Isak” në Berat, “Tregtare” në Vlorë dhe “SHTET” në Tiranë) për dokumentimin e të gjithë hapave përkatëse u ndërtua edhe ky manual. Për ndërtimin e këtij materiali u përdor kryesisht metodologjia cilësore e mbështetur edhe në të dhëna të përpunuara nga metodologji sasore të përdorura në studime të mëparshme.

Në këtë mënyrë, në trajtimin e këtij manuali u konsideruan kuadri ligjor për Arsimin dhe Formimin Profesional (AFP), materialet e mëparshme të ndërtuara nga projekti për shkollat profesionale (si: Sponsorizimi i Arsimit Profesional; Manuali i BR; Manualin e marketingut; Kriteret e cilësisë të BR (OEAD); Manualin e projekteve; Dokumente mbi bordin; Manualin e praktikave profesionale etj.), instrumente që shkollat përdorin aktualisht përgjatë procesit si edhe dokumente dhe artikuj të ngjashme të përdorura në vendet e zhvilluara që kanë implementuar sistemin dual të formimit profesional duke përfshirë edhe guidën e publikuar nga komisioni i donatorëve për arsimin dhe aftësimin profesional të dyfishtë “Si të zbatohet sistemi dual i arsimit dhe formimit profesional – Një udhëzues për të organizuar sektorin e biznesit¹”.

Gjithashtu vlen të nënvizojmë se në ndërtimin e këtij materiali rol thelbësor kanë luajtur materialet parësore të cilat janë konsideruar nga:

- Evidentimi i realitetit dhe monitorimi i disa prej procese që shkollat pilote kanë ndjekur përgjatë vitit 2024, në linjën e Marrëdhënieve me Bizneset dhe Partnerët;
- Grumbullimin e materialeve nga workshope-t, fokus grupet dhe intervistat e thelluara me aktorët e shkollave profesionale të cilat u zhvilluan në mënyrë të njëpasnjëshme për të ndjekur hap pas hapi dhe vijueshmërinë e procesit në terren. Në këto takime u përfshin Drejtuesit e shkollave, Nëndrejtorët e Kulturës profesionale, Koordinatorët e Marrëdhënieve me Bizneset, Koordinatorët e Marketingut Institucional, Koordinatorët e Kurrikulës, Koordinatorët e Orientimit të Karrierës, Koordinatorët e Projekteve etj..

¹ *How to implement dual VET – A guide for the organized business sector*

Konteksti në të cilën është zhvilluar manuali

Arsimi dhe formimi profesional janë shndërruar tashmë në prioritet për sektorin publik dhe privat në Europë. Në mënyrë që AFP-ja të kontribuojë në adresimin e sfidave ekonomike si niveli i punësimit të të rinjve, konkurrenca apo gjithëpërfshirja shoqërore, është e rëndësishme që oferta e AFP-së të jetë cilësore dhe tërheqëse për nxënësit, prindërit dhe tregun e punës. Për këtë, lidhja midis sferave të arsimit dhe formimit profesional dhe sferës së punës është me rëndësi thelbësore. Në këtë kontekst dhe duke njohur se ekonomia shqiptare ofron mjaft potenciale, të cilat kërkojnë punonjës me aftësi dhe kualifikim të mirë në të gjitha nivelet e prodhimit dhe shërbimit, por edhe të menaxhimit, janë ndërmarrë një sërë masash dhe janë zhvilluar baza ligjore për të mundësuar që sistemi i AFP-së të jetë edhe më i konsoliduar. Njohuritë teorike, të kombinuara me veprimtaritë praktike, zhvillojnë aftësi të mira të punonjësve, për të qenë bashkëpunues dhe kreativë për një ekonomi bashkëkohore, për këtë arsye edhe Strategjia Kombëtare për Punësim dhe Aftësi, 2019-2022 theksoi forcimin e lidhjeve ndërmjet procesit mësimnxënies dhe punës, si edhe lehtësimin e kalimit në punë, për të mundësuar një sistem cilësor të AFP-së. Rëndësia dhe potenciali që ka AFP-ja nënvizohet edhe në Strategjia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive 2023-2030, e cila ka si objektivi strategjik fushën e AFP-së, duke konsideruar rritjen e nivelit të aftësive të grave dhe burrave në moshë pune. Një sërë masash prioritare konsiderohen në këtë Strategji Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive 2023-2030 si: “zhvillim i ofertës së AFP-së më relevante fleksibël duke u qeverisur bazuar në fakte e për të garantuar vijueshmëri; Forcimi i mekanizmave që garantojnë zhvillimin e cilësisë në sistemin e AFP-së; Përfshirja në mënyrë sistematike të sektorit privat në qeverisjen, zhvillimin dhe ofrimin e AFP-së; Nxitjen e mundësive gjithëpërfshirëse për të nxënësit gjatë gjithë jetës; Njohje e të nxënësit të mëparshëm joformal dhe forma si dhe Transformim i gjelbër dhe digjital i sistemit të AFP-së”.

Përgjatë viteve të fundit disa prej shkollave të AFP-së, mbështetur edhe nga projekti S4J, kanë pasur si prioritet në aktivitetet e tyre rritjen e thellësisë dhe forcimin e angazhimit të biznesit në AFP dhe kanë investuar në konsolidimin e strukturimit e kësaj marrëdhënieje nëpërmjet zhvillimit të vazhdueshëm të disa aktiviteteve të përbashkëta, zhvillimin e disa prej instrumenteve dhe vendosjen e objektivave të matshme për këtë proces. Në këto kushte, zhvillimi i këtij manuali ka konsideruar shkollat që janë evidentuar si më të predispozuar dhe më të investuara në marrëdhënien shkollë-biznes si: Shkollën “Kolin Gjoka”, në Lezhë; Shkollën “Hamdi Bushati”, në Shkodër; Shkollën “Kristo Isak”, në Berat; Shkollën “Tregtare” në Vlorë dhe shkollën “SHTET”, në Tiranë

Në mënyrë që institucionet e AFP-së të përgatisin të diplomuar lehtësisht të punësueshëm duhet që oferta e tyre të jetë e orientuar në drejtim të nevojave të sektorit privat, prandaj është shumë e rëndësishme që institucionet ofruese të AFP-së të vlerësojnë nevojat aktuale dhe të ardhshme për aftësi të bizneseve që veprojnë në nivel lokal, rajonal apo në shkallë vendi. Normalisht që leximi dhe vlerësimi i nevojave për aftësi më së miri mund të shprehet nga bizneset potenciale dhe aktive që sugjerohet të përfshihen në tryeza vendore dialogu ku mund të evidentojnë më së miri nevojat reale dhe tendencat e tregut të punës, një shembull i këtyre

tryezave vendore të dialogut të strukturuar mund të jeta ai i realizuar nga projekti “Aftësi për Punë” përgjatë të cilave mund të përfitohet:

- Vlerësim i relevancës aktuale të ofertës rajonale/orientimit sipas kërkesave të tregut të punës;
- Identifikimi i hendekut të aftësive në profile profesioni dhe sasi (aftësitë që mungojnë) sipas industrive të caktuara;
- Vlerësimi i gatishmërisë së kompanive në rajon për tu angazhuar në ofrimin e ofertës.

Të tre këto elementë të përmendur sa më sipër, janë shumë thelbësor për ndërtimin dhe zhvillimin e aktiviteteve dhe legjislacioneve mbështetëse për AFP-në si edhe i furnizojnë shkollat me informacionin primar të nevojshëm për zhvillimin e mëtejshëm të shërbimit që ato ofrojnë.

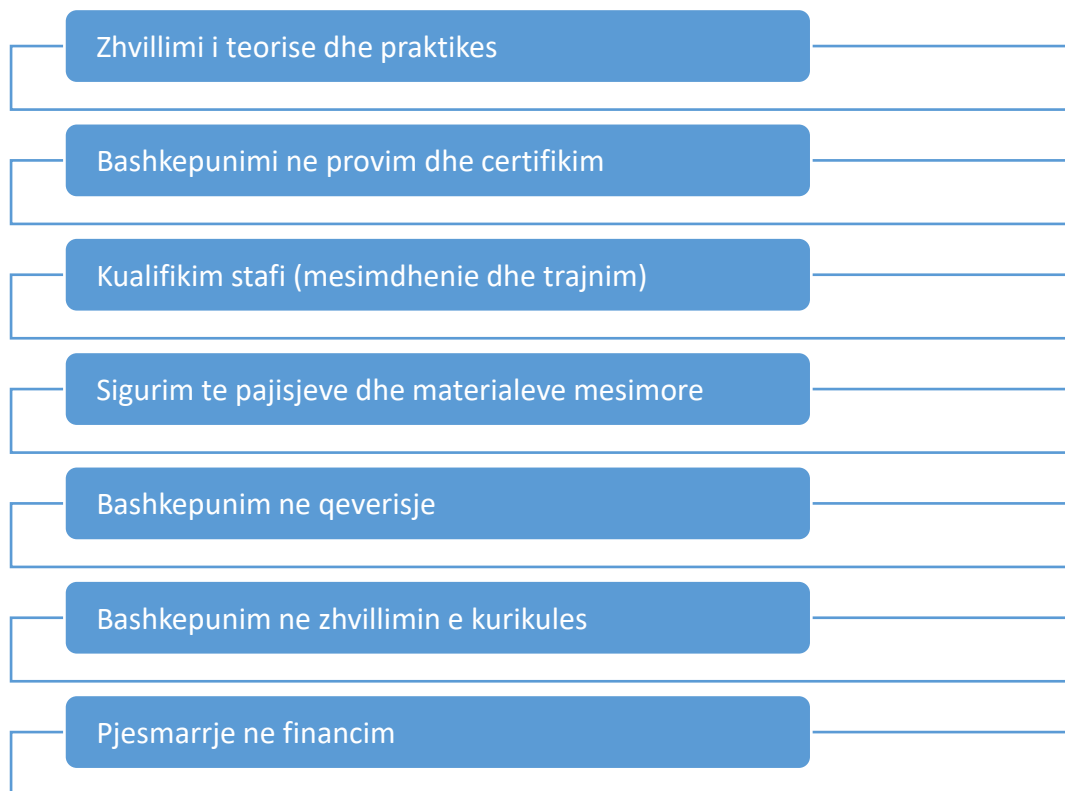
I. Një angazhim cilësor i sektorit privat në shkollat profesionale

Qartazi bashkëpunimi ndërmjet institucioneve ofruese të AFP-së dhe Bizneseve janë marrëdhënie dy-palëshe me interes dhe me përfitim nga të dy palët e aktorëve që përfshihen. Sa konsideruar evidenca të vendeve të huaja, por së fundmi konsideruar edhe marrëdhënien e bashkëpunimit të palëve në Shqipëri, në nivel makro ky bashkëpunim mund të konsiderohet për të përmbushur një sërë qëllimesh:

- a) qëllime ekonomike: aftësimi dhe kualifikimi i profesionistëve sipas kërkesave të tregut duke rritur në këtë formë produktivitetin;
- b) qëllime sociale dhe kulturore: integrim dhe gjithëpërfshirje shoqërore si pjesë e një komuniteti më të gjerë;
- c) qëllime personale: rritje e mundësive për punësim dhe vetëpërmbushje profesionale nga të tre palët (si për shembull: nxënës-për rritjen e tyre profesionale, aktorë të biznesit për gjetjen e një fuqie punëtore të specializuar dhe aktorë të shkollës - për azhurnimet më të fundit që vijnë nga tregu i punës dhe profesionistë të fushave përkatëse).

Siç edhe përshkruhet nga studimi i thelluar i titulluar “Si dhe pse sektori privat duhet të përfshihet në AFP (rast studimi Shqipëria dhe Kosova)” i punuar nga Linda Wanklin (2018), apo siç edhe Prof. Dr. Euler në punimin e tij për DC dVET (2017, p. 15) ka evidentuar (mbështetur në një kornizë të përcaktuar sociale, ekonomike dhe politike) një sërë drejtimesh bashkëpunimi mund të konsiderohen ndërmjet institucioneve ofruese të AFP-së dhe bizneseve. Një diagramë e thjeshtuar e drejtimeve që mund të konsiderohen për bashkëpunim po vendoset më poshtë:

Drejtime për bashkëpunim AFP - Biznese



Sektori privat i konsideruar si promotor i zhvillimit ekonomik të një vendi në shumë studime edhe në Shqipëri, bazuar në të dhënat zyrtare nga INSTAT prej vitesh me radhë mundëson mbi 85% të të ardhurave të vendit². Përtej zhvillimeve ekonomike, sektori privat ka një rol të rëndësishëm në jetën sociale e zhvillimore të një vendi duke u bërë promotor i përthithjes së teknologjisë dhe zhvillimit të inovacionit. Ndërkohë duke u përballur me ndryshimin e përsheptuar të teknologjisë, globalizimit, konkurrencës globale, me tendencë për të inovuar, kompanitë kanë rritur pritshmëritë e tyre për të përshtatur njohuritë e tyre në kohën e duhur e për rrjedhojë ushtrojnë presion mbi kurrikulat e AFP-së (Brewer, L. 2013). Ndërkohë sipas King dhe Palmer, (2006) vihet re se një trajnim i orientuar drejt praktikës mund të motivojë të rinjtë pasi u siguron atyre një mjedis pune më të dobishëm duke ndryshuar pozitivisht qëndrimet ndaj punës, trajnimit dhe arsimimit. Gjithashtu studimet kanë treguar se të rinjtë që kanë realizuar trajnime bazuar në kompani e bëjnë kalimin në tregun e punës më të lehtë (Bussemeyer, 2014; Wolbers, 2007). Duke marrë shkas nga këto arsye shumë thelbësore, ky manual adreson vëmendjen në një zhvillim marrëdhënieje të suksesshme ndërmjet ofruesve të AFP-së dhe sektorit privat që ka një rol të rëndësishëm në ekonominë dhe zhvillimin e vendit.

Në mjedisin shqiptar, shpesh herë diskutimet në analizën e marrëdhënieve të ofruesve të AFP-së me bizneset, përqendrohet në elementët që përfitojnë institucionet ofruese të AFP-së si: mundësinë e një përshtatje më të madhe të ofertës së AFP-së nëpërmjet cilësisë më të mirë

²<https://www.instat.gov.al/temat/ekonomi-dhe-financ%C3%AB/llogarit%C3%AB-vjetore-sipas-sektor%C3%ABve-institucional/publikimet/2023/llogarit%C3%AB-vjetore-sipas-sektor%C3%ABve-institucional%C3%AB-2020/>

në mësimdhënie, rritjes e tërheqjes nga ana e nxënësve dhe prindërve apo edhe imazhit më të mirë në komunitet që përfitohet, ndërkohë studimet më të fundit tregojnë se një sërë elementësh pozitivë duhet të konsiderojnë bizneset në favor të tyre mbi këtë marrëdhënie bashkëpunimi. Një listë argumentesh pse bizneset duhet të konsiderojnë bashkëpunimin me ofruesit e AFP-së e gjeni të detajuar në materialin e punuar nga DC dVET³, por gjithashtu edhe në këtë material në tabelën më poshtë evidentohen disa përfitime dypalëshe kur mundësohet një bashkëpunim i suksesshëm mes ofruesve të AFP-së dhe bizneseve.

Tabela 1: Përfitimet dypalëshe (AFP-Biznes) nga bashkëpunimi

| Përse i shërben shkollës bashkëpunimi | Përse i shërben biznesit bashkëpunimi |
|---|---|
| Mësimnxënie përmes punës dhe praktikës – realizimi i praktikave në biznes; | Reduktim i kostove të burimeve njerëzore përmes angazhimit periodik të praktikantëve; |
| Përputhshmërinë mes ofertës së AFP-së dhe kërkesave të tregut; | Rekrutim i profesionistëve të kualifikuar sipas nevojave të biznesit; |
| Diversifikimin e ofertës sipas kërkesave të tregut; | Përputhshmërinë mes kërkesave të biznesit dhe ofertës së AFP-së; |
| Ulje të të larguarve nga shkolla përmes angazhimit me aktivitete konkrete me biznesin dhe tregun e punës; | Kualifikim dhe zhvillim profesional i vazhdueshëm i stafit; |
| Zhvillim materiale mësimore, trajnime dhe zhvillime profesional të mësuesve; | Diversifikim i të ardhurave përmes fondeve nga projektet me loAFP-të; |
| Rritje të shkallës së punësimit të të diplomuarve; | Gjenerim idesh të reja; |
| Aftësi sipërmarrëse të nxënësve përmes njohjes më të mirë të punës në biznese dhe përfitimeve që sjell një sipërmarrje e tillë; | Promovim i biznesit tek ofruesit e AFP-së, nxënësit, prindërit dhe komuniteti; |
| Rritje të mobilitetit të mësuesve dhe nxënësve duke lidhur botën e arsimit me atë të punës dhe biznesit; | Përgjegjësi shoqërore dhe kontribut për komunitetin; |
| Gjithëpërfshirje shoqërore duke përmirësuar mundësitë për punësim dhe krijim të ardhurash; | Përmirësim i sistemit të AFP-së; |
| Pasurim të portofolit të projekteve dhe aktiviteteve; | Lidhje më e lehtë për gjetjen e një fuqie punëtore me orar të pjesshëm. |
| Rritje të ndërgjegjësimit për rolin e AFP-së në ekonomi dhe shoqëri. | Ndërtim i hershëm i urave të komunikimit me forcën punëtore potenciale |

1.1 Fushat e bashkëpunimit të sektorit privat me AFP-në

Sa konsideruar me interes dypalësh këtë skemë bashkëpunimi (AFP-Biznes), mbështetur në drejtimit e bashkëpunimit të sugjeruar nga Prof.Dr. Euler si edhe bazuar në përvojën e projektit ‘Aftësi për Punë’ e marrëdhënieve që shkollat partnere kanë krijuar me bizneset, sugjerojmë se fushat që duhet të konsiderohen për bashkëpunim ndërmjet AFP-së e Bizneseve të jenë këto që paraqiten në diagramën më poshtë:

³ Lista e argumentave pse sektori privat duhet të përfshihet në bashkëpunim me ofruesit e AFP-së: https://www.dcdualvet.org/wp-content/uploads/210828_Extract-working-Tool-List-of-Convincing-Arguments.pdf



Në nivel mikro bashkëpunimi mes AFP-së dhe sektorit privat mund të analizohet për të gjitha fushat e bashkëpunimit që ne do të trajtojmë në këtë manual, për këtë arsye në secilën nga fushat (marketingut institucional, konsultimi për ofertë, kurrikulës së aplikuar, orientimit në karrierë, bordit drejtues të shkollës, projekteve të përbashkëta dhe sponsorizimeve) që do të trajtojmë në vijim do të ketë nga një seksion të veçantë që paraqet përfitimet, detyrimet dhe përgjegjësitë që konsiderohen nga ky bashkëpunim. Në mënyrë të detajuar për secilën fushë bashkëpunimi do të trajtohet se çfarë mundëson bashkëpunimi mes palëve në këtë fushë; cilat janë hapat që ndiqen për ta realizuar atë të ilustruara gjithashtu në mënyrë skematike me afatet kohore, personin përgjegjës, instrumentet ndihmës etj.; aktivitetet që mund të zhvillohen në funksion të asaj fushe bashkëpunimi; indikatorët e matjes së suksesit për fushën përkatëse; instrumentet që mund të përdoren; sfidat e kësaj fushe bashkëpunimi si edhe do të sillen shembuj praktikë.

Praktika profesionale është një ndër fushat thelbësore të bashkëpunimit mes ofruesve të AFP-së dhe sektorit privat por në këtë manual nuk do të ndalemi për ta trajtuar pasi kjo fushë do të ketë një format të veçantë përshkrues të dedikuar në të cilin do të detajohen aktivitetet, indikatorët e suksesit, instrumentet, personat përgjegjës etj.

1.2 Angazhimi cilësor i sektorit privat me ofruesit e AFP-së

Zhvillimet më të fundit në vend, konsideruar këtu të paktën një periudhë 5-vjecare, ku Qeveria shqiptare ka vendosur disa herë në vëmendje formimin profesional nëpërmjet strategjive dhe planeve të saj apo edhe vetë ndërgjegjësimi i sektorit privat dhe masës së gjerë të popullatës

se aktualisht në prodhimin e shërbimeve dhe produkteve rolin thelbësor e luajnë aftësitë dhe njohuritë e individëve, të japin mundësinë të kapërcesh në analizë nga një nevojë e thjeshtë për të bashkëpunuar sektori privat me AFP-së, në një kërkesë për një bashkëpunim sa më cilësor ndërmjet palëve. E parë në lupën e vendosjes së një cilësie me të mirë rol thelbësor luajnë aktorët që janë në këtë marrëdhënie dhe kjo është evidentuar edhe në diskutimet që janë zhvilluar me ofruesit e AFP-së dhe një pjesë të bizneseve që bashkëpunojnë me to.

Në mënyrë që të kemi një angazhim sa më cilësor të sektorit privat në shkolla është e nevojshme që lidhja e marrëdhënieve me biznesin të jetë në përputhje me planin strategjik të ofruesve të shërbimit AFP, i cili parashton misionin, vizionin dhe objektivat strategjik të institucioneve ofruese të AFP-ve. Vetëm kështu sigurohet sinergji mes iniciativave të ndryshme dhe realizohet misioni i institucionit në shërbim të nxënësve, mësuesve, stafit, prindërve dhe komunitetit. Ndërtimi i marrëdhënieve dhe lidhja me bizneset është një nga faktorët kryesorë që bën të mundur performancën e suksesshme të ofruesve të AFP-së duke iu përgjigjur nevojave të tregut të punës. Për më tepër, kjo marrëdhënie lehtëson edhe përmirësimin e infrastrukturës së institucioneve ofruese të AFP-së nëpërmjet thithjes së investimeve në formën e sponsorizimeve dhe financimeve të tjera nga biznesi.

Përtej dëshirës dypalëshe për të pasur marrëdhënie të mira dhe të suksesshme, aktualisht shkollat duhet të jenë të vetëdijshme se në kontekstin aktual, s'mund të pretendojmë që të gjithë sektorët, fushat profesionale dhe kompanitë të kenë të njëjtën qasje për t'u angazhuar në AFP. Angazhimi i sektorit privat do të jetë domosdoshmërisht selektiv dhe në përputhje me situatat dhe kriteret më të fundit të nevojshme pa harruar realitetin e kontekstit (të dhënat nga INSTAT tregojnë se në vitin 2021, 99.8% të ndërmarrjeve aktive janë ndërmarrje të vogla dhe të mesme të cilat kanë të punësuar 82.1% të masës punëtore në rang vendi). Gjithsesi në kontekstin aktual, ku vështirësitë e fillësës së një bashkëpunimi mes AFP-së dhe sektorit privat janë reduktuar (konsideruar ndërgjegjësimin e bizneseve de punën e bërë), duhet synuar tashmë një proces përzgjedhës në bizneset që përfshihen në bashkëpunim nga sektori privat, i cili mund të zhvillohet në tre hapa të sugjeruara si më poshtë:

- Përzgjedhja e sektorëve prioritarë të biznesit;
- Përzgjedhja e kompanive të përshatshme në sektorët përkatës të biznesit;
- Sqarimi i pritshmërive për sa i përket thellësisë dhe intensitetit të angazhimit të sektorit të biznesit.

Për zbatimin konkret të aktiviteteve dhe zhvillimin e marrëdhënieve dypalëshe është thelbësore se si është strukturuar komunikimi fillestar me sektorin e biznesin. Qartazi, pavarësisht dëshirës për ta strukturuar dhe planifikuar mirë këtë proces, vetëm rrugëtimi dhe aktivitetet thelbësore mund të shkruhen në mënyrë të strukturuar e më pas proceset dhe marrëdhënia stabilizohet hap pas hapi dhe proces pas procesi duke u përshtatur sipas rastit.

1.3 Sfidat e bashkëpunimit të sektorit privat me AFP-në

Një marrëdhënie bashkëpunimi, kur zhvillohet në një mjedis dinamik, pavarësisht dëshirës dhe vullnetit të palëve për të qenë në një marrëdhënie sa më të suksesshme, do të përballet me sfida dhe vështirësi që mund të vijnë edhe nga palë të treta apo faktorë të jashtëm. Disa sfida që janë konsideruar mbi bashkëpunimin e sektorit privat me AFP-në, sa mbështetur në studimet e mëparshme dhe diskutimet me aktorët e shkollave dhe aktorë të bizneseve janë:

Ndjekja e objektivave afatshkurtra nga bizneset

Kryesisht bizneset fokusohen më së shumti në objektivin e tyre primar të cilin e synojnë ta arrijnë në periudha afatshkurtra dhe përfitimet që mund të merren në periudha afatgjata konsiderohen si dytësore.

Spektori privat në Shqipëri kryesisht përbëhet nga biznese të vogla dhe të mesme

Nga të dhënat më të fundit të INSTAT në lidhje me përbërjen e sektorit privat vihet re se 99.8% përbëhet nga ndërmarrje të vogla dhe të mesme. Kryesisht këto ndërmarrje kanë më pak mundësi të ofrojnë potenciale për trajnim sesa ndërmarrjet e mëdha.

Mospjesëmarrja e bizneseve në sindikata apo dhoma të tregtisë

Një pjesë e konsiderueshme e bizneseve të vogla dhe atyre të mesme e konsiderojnë anëtarësimin në dhomat e tregtisë apo sindikatat si një kosto të pavlerë e cila nuk i sjell benefite porë ngarkon ata vetëm me pagesën e anëtarësimit.

Ekzistenca e ekonomisë informale në vend

Pavarësisht profesionalizmit të njohur në rang lokal mbi firmat e vogla, ekzistojnë vështirësi e këtij bashkëpunimi që rrjedhin nga ekonomia informale si mosregjistrimi apo mosdeklarimi i qartë i situatës së tyre.

Pjesëmarrje e ulët e stakeholdersave në ndërtimin e planeve dhe strategjive për AFP-në

Kryesisht pjesa më e madhe e aktorëve si bizneset, nxënësit, prindërit janë inaktivë në ndërtimin e planeve dhe strategjive mbi AFP-në.

Stabiliteti i mjedisit politik/ekonomik i rajonit dhe vendit

Stabiliteti politik, ekonomik dhe vijueshmëria e qëndrueshme mbi arsimin profesional është një element shumë i rëndësishëm në këtë bashkëpunim.

Ritmi i shpejtësisë së ndryshëm të aktorëve që ndikojnë në këtë marrëdhënie

është e vështirë që aktorët të kenë të njëjtën shpejtësi në zhvillimin dhe ecurinë e tyre duke konsideruar këtu mentalitetin, pritsshmëritë, marrëdhëniet e varësisë për vendimmarrje etj.

Sistemi qeverisjes së shkollës

Një sistem i mirë bashkëpunimi mund të mirëfunksionoj me një sistem të mirë bashkëqeverisjeje. Në këtë aspekt do të ishte mirë nëse sektori privat, shoqatat dhe sektori publik të jenë të përkushtuara dhe të kenë një rol aktiv në drejtimin e sistemit të AFP-së.

Niveli i ulët i kualifikimit nga të diplomuarit në AFP

Në diskutime me bizneset në vitet e fundit përmendet niveli i ulët i kualifikimit të nxënësve që kanë përfunduar studimet në institucionet ofruese të AFP-së dhe rrjedhimisht evidentohet edhe mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar në tregun e punës (kjo situatë ka qënë e shfaqur edhe në vitet e mëparshme⁴).

Niveli i lartë i emigrimit të të diplomuarve në tërësi dhe veçanërisht të të diplomuarve në AFP

Të dhënat tregojnë se gjerësisht fuqia punëtore e kualifikuar po preferon të lëvizë drejt vendeve Europiane që kanë kushte ekonomike më të favorshme.

⁴ ILO, 2014, fq.12

Hendeku ndërmjet nevojave të tregut dhe kualifikimeve të nxënësve që diplomohen në AFP Pavarësisht përpjekjeve nga shkollat për të bërë azhurnimit më të fundit, nga bizneset evidentohet se studentët e diplomuar në AFP shpeshherë nuk dinë të përdorin makineritë/teknologjitë më të fundit apo nuk njohin edhe ndryshimet më të fundit në fushën përkatëse.

Kualifikimi dhe trajnimi i mësuesve dhe instruktorëve në kompani

Shpeshherë mësuesit e praktikës profesionale nuk arrijnë të azhurnohen në kohë me zhvillimet dhe ndryshimet që ndodhin duke përcaktuar kështu një mungesë të dijes dhe përvojës praktike. Apo edhe në pjesën e instruktorëve në kompani ku mund të ndodhë që të jenë shumë të mirë nga ana profesionale por mund tu mungojë ana pedagogjike dhe didaktike.

Duke i njohur dhe konsideruar këto sfida të së ardhmes, në këtë marrëdhënie dypalëshe bashkëpunimi, ky manual sa konsideruar edhe kontekstin në të cilin është zhvilluar vijon të strukturojë materialet mbi fushat e mundshme të bashkëpunimit.

II. Marketingu Institucional

“Marketingu në vetvete nënkupton një strategji përmes të cilës në rastin e shkollave, ato arrijnë të komunikojnë dhe promovojnë misionin e tyre, vlerat dhe ofertën tek nxënësit, prindërit, stafit, partnerët dhe komuniteti i gjerë.”⁵

Në Arsimin Profesional, qartazi marketingu i institucionit është një funksion me rëndësi për të krijuar apo përforcuar profilin dhe reputacionin e shkollës dhe për t’u lidhur më shumë me stafin, nxënësit, prindërit, komunitetin, bizneset, bashkëpunëtorët dhe të tjera palë të interesuara. Funksion ky që ka për qëllim të mundësojë përmbushjen e funksioneve të IOAFP-ve mbi komunikimin tek nxënësit, prindërit, komuniteti, vendimmarrësit, biznesi dhe palë të tjera të interesuara mbi vizioni, misioni, prioritetet, parimet, vlerat dhe arritjet e vetë shkollës.

Funksioni i marketingut institucional në ofruesit e AFP-së është një nga shtatë funksionet e konfirmuara të NJZH, që synon hartimin dhe zbatimin me sukses të planit vjetor të marketingut të institucionit duke përzgjedhur tipologjinë e kanaleve dhe të aktiviteteve të përshtatshme për komunikimin efikas të mesazheve tek grupet e synuara dhe palët e interesit të ofruesit. Pavarësisht se në periudhën afatshkurtër ky funksion i referohet planit vjetor, ai ka për qëllim përmbushjen e objektivave strategjike të institucioneve AFP mbi përmirësimin e imazhit të tyre. Sa theksuar tashmë se marketingu institucional shkon përtej një funksioni të thjeshtë, por renditet në rangun e një fushe thelbësore bashkëpunim mes AFP-së dhe sektorit privat, vlen të tregojmë një vëmendje të shtuar mbi zhvillimin e tij.

Në kontekstin e zhvillimit të këtij manuali, do të përqendrohemi në zhvillimin e funksioneve të marketingut institucional, kryesisht lidhur me “Aktivitetet promovuese” që AFP mund të organizojë në bashkëpunim me sektorin privat duke e parë më tepër këtë funksion si një ndër fushat më të rëndësishme të bashkëpunimit AFP-sektor privat.

2.1 Përfitimet nga zhvillimi i Aktiviteteve Promovuese me bashkëpunimin e sektorit privat.

Zhvillimi i aktiviteteve promovuese gjatë një bashkëpunimi shkollë - biznes, mundëson përfitime të konsiderueshme, të tilla si:

- Rritja e reputacionit të shkollës në rajon e më tej dhe në komunitet.
- Ofrimi i këshillave, mentorim dhe motivim për nxënësit nga bizneset, duke ndarë përvojat dhe njohuritë e tyre dhe duke ndihmuar në zhvillimin personal dhe profesional të nxënësve.

⁵ Davies, B., & Ellison, L. (1998). Futures and strategic perspectives in school planning. International Journal of Educational Management, 12(3), 133-140.

- Krijimi i një marrëdhënie më të afërt me tregun e punës, duke siguruar një përgatitje më të përafërt të aftësive për nxënësit.
- Rrjetëzim për të gjithë pjesëmarrësit dhe përfshirje e profesionistëve të diplomuar nga shkolla përkatëse.

2.2 Aktivitetet tipike promovuese me pjesëmarrjen e sektorit privat dhe aplikimi i hapave të sugjeruar

Organizimi i Ditëve të hapura në Institucionin AFP

(Ky aktivitet ka për qëllim të mirëpres në ambientet e shkollës nxënësit potencial, prindërit e nxënësve potencial apo edhe stafin e shkollave 9-vjecare të cilët ndajnë informacion me nxënës potencial në të ardhmen. Përgjatë njohjes që u bëhet aktorëve me ambientet e shkollës, në mënyrë të drejtpërdrejtë aktorëve u mundësohet një informacion i përgjithshëm nga bizneset e ftuara në lidhje me përvojën e bashkëpunimit me shkollën, përvojën me praktikant, punësimin etj.)

- Identifikimi i bizneseve që mund të marrin pjesë gjatë ditëve të hapura në shkollë;
- Njoftimi i bizneseve për ditët e hapura në AFP;
- Draftimi i axhendës dhe ndarja e saj me bizneset;
- Informimi i bizneseve me të dhënat kryesore për shkollën, përvojën me praktikantët dhe punësimin, targetin dhe mesazhet kryesore që do të përçohen;
- Organizimi i ditëve të hapura në shkollë me pjesëmarrjen e bizneseve dhe dhënia e mesazheve nga kompanitë.

Organizimi i vizitave në ambientet e biznesit

(Përgjatë këtij aktiviteti nxënësit potencial nga shkollat 9-vjecare, shoqërohen në ambientet e bizneseve për të parë nga afër tipologjinë e biznesit, postet e punës, për të dëgjuar historinë e suksesit të biznesit apo edhe për të diskutuar elementë të tjerë mbi biznesin apo edhe marrëdhënien e bashkëpunimit me shkollën)

- Identifikimi i kompanive tek të cilat mund të organizohen vizita me nxënësit;
- Njoftimi/komunikimi me biznesin për organizimin e vizitës;
- Draftimi i axhendës dhe ndarja e saj me biznesin;
- Informimi i biznesit me të dhënat kryesore për shkollën, përvojën me praktikantët dhe punësimin, targetin dhe mesazhet kryesore që do të përçohen;
- Organizimi i vizitave në biznes dhe dhënia e mesazheve nga biznesi;

Organizimi i panairove të ndryshme, konkurseve midis nxënësve, javës së praktikës profesionale dhe të përngjashme

(Këto aktivitete të zhvilluara me prezencën e bizneseve, për të ruajtur një nivel të lartë profesionalizmi, i mundësojnë shkollës evidentimin në publikun e gjerë, të nxënësve me aftësi dhe kompetenca të mira të zhvilluara përgjatë shkollimit dhe praktikës së tyre)

- Identifikimi i bizneseve që mund të marrin pjesë në aktivitete të përngjashme;
- Komunikimi me bizneset për mënyrën e bashkëpunimit për një prezantim të

përbashkët;

- Koordinimi me përgatitjen e materialeve promovuese dhe shpenzimeve të tjera;
- Pjesëmarrja në ditët e panairit për logjistikën dhe ndarjen e roleve.

Postimi i mesazheve nga kompanitë/rasteve të suksesit (aktivitet i vlefshëm për të gjitha rastet e mësipërme)

(Përgatitja dhe postimi i informacionit mbi aktivitetet me bizneset në rrjetet sociale, do të shërbejë që publiku më i gjerë, nxënësit potencialë, prindërit e nxënësve dhe komuniteti të jetë i informuar mbi aktivitetet që zhvillojnë shkollat, bashkëpunimet që ato kanë me këto biznese si edhe të jenë të njohur me rastet e suksesit që lulëzojnë nga këto bashkëpunime).

- Komunikimi me biznesin për përzgjedhjen e rasteve të suksesit nga bashkëpunimi me shkollën (praktikë profesionale, punësim, etj.)
- Draftimi/asistimi për përgatitjen e mesazhit
- Përdorimi i platformave të mediave sociale për të ndarë informacion, imazhe dhe për të komunikuar me audiencën

Shembuj

Përgjatë viteve të fundit **shkolla “Kolin Gjoka”** e ka konsideruar shumë të rëndësishëm shpërndarjen e mesazheve promovuese nga shkolla dhe bizneset bashkëpunuese për funksion të Marketingut Institucional.

Fillimisht shkolla ka identifikuar bizneset që kanë më tepër ndikim në audiencën e gjerë dhe bashkë me ta ka hartuar për të zbatuar plane të përbashkëta marketingu me aktivitete si më poshtë: ndarja e mesazheve promovuese mbi arsimin profesional dhe praktikën në veçanti nga bizneset në rrjetet e tyre sociale; pjesëmarrja në panairin e qytetit të nxënësve në bashkëpunim me bizneset; pjesëmarrje e bizneseve në ditën e dyerve të hapura etj.



Ndër aktivitet kryesore që **shkolla “Hamdi Bushati”** planifikon dhe zbaton për fushën e bashkëpunimit të marketingut institucional me sektorin privat është ai i “Ditëve të hapura”. Një ndër elementët e shtuar së fundmi në këtë aktivitet ishte takimi dhe bashkëpunimi i ngushtë me ZVA-në dhe koordinatorët e këshillimit për karrierë në shkollat 9-vjeçare. Gjatë kësaj dite, për herë të parë u zhvillua një takim me përfaqësues të sektorit privat, drejtorin ZVA-së Shkodër dhe koordinatorët e edukimit për karrierë në ambientet e shkollës me qëllim sigurimin e qëndrueshmërisë së kësaj marrëdhënie për një drejtim më të sigurt të nxënësve në përzgjedhjet e tyre. Përgjatë vitit është konsideruar se ky bashkëpunimi ka rritur ndjeshëm numrin e nxënësve të klasave të 9-ta të cilët kanë marrë informacionin e plotë dhe të duhur në lidhje me ofertën e shkollës.

Shkolla “Kristo Isak” për një promovim dhe informacion më të plotë për nxënësit e klasave të nënta zhvilloi në bashkëpunim me sipërmarrësin e Kopshtit “Drita e Dijes” (ish nxënës i shkollës, i diplomuar në vitin 2021 në Drejtimin Hoteleri-Turizëm) takime informuese me nxënësit e shkollave 9-vjeçare. Nga ndarja e eksperiencës së tij me nxënësit, si një ish nxënës dhe si një biznes që bashkëpunon ngushtësisht me shkollën, u mundësua një informacion më i qartë dhe i plotë për ta, në mënyrë që të kenë edhe më tepër bindje për zgjedhjen e tyre të duhur mbi arsimin në vijimësi.

Shkolla Teknike Ekonomike e Tiranës (SHTET), përgjatë ditëve të dyerve të hapura ku mirëpritën

pranë shkollës vizitorë të shumtë si nxënës të shkollave 9 – vjeçare, prindër të interesuar, biznese partnere, përfaqësues të institucioneve mbështetëse, etj., mundësoi ndërtimin e disa stendave në të cilat produktet apo aftësitë e përfituara nga nxënësit serviroshin. Së fundmi është menduar e përshtatshme që pjesë e këtyre stendave në prezantime të jenë edhe një pjesë e bizneset partnere të shkollës. Gjithashtu në vitin e fundit në ditët e dyerve të hapura u mundësua edhe konkursi “Inovatorët e së ardhmes”, i cili përveç shpalosjes së aftësive të nxënësve në publikun pjesëmarrës, shpërbleu me çmim nga bizneset bashkëpunuese me shkollën 3 vendet e para fituese.

2.3 Indikatorët e suksesit

Indikatorët ndihmojnë në matjen e suksesit të aktiviteteve, duke ofruar një bazë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura, duke lejuar identifikimin e arritjeve dhe fushave ku duhet përmirësuar. Objektivat (target) të sugjeruar për secilin indikator ndihmojnë gjithashtu në përcaktimin e mëtejshëm të objektivave në planin strategjik të institucionit AFP.

Disa indikatorë dhe objektiva të mundshme që ndihmojnë në matjen e suksesit lidhur me zhvillimin e aktiviteteve të marketingut në bashkëpunim me bizneset janë:

| INDIKATORI | TARGET (i sugjeruar) |
|---|--|
| Numri i bizneseve pjesëmarrëse/mbështetëse | Minimumi 1 biznes – varion sipas llojit të aktivitetit |
| Numri i mesazheve të hartuara për publikim. | Minimumi 1 mesazh për aktivitet specifik |
| Numri i kompanive që postojnë mesazhe në rrjetet sociale. | >20% e bizneseve pjesëmarrëse |
| Krijimi i suksesshëm i materialeve ndihmëse (lista e bizneseve potenciale, axhenda, njoftimi/ftesa, etj). | Po, i realizuar |

2.4 Hapat për zhvillimin e aktiviteteve promovuese me përfshirjen e sektorit privat.

Në diagramën e mëposhtme është përmbledhur procesi i zhvillimit të Aktiviteteve Promovuese në bashkëpunim me sektorin privat. Në këtë diagramë janë paraqitur hapat, periudha e zhvillimit dhe personat përgjegjës.

| | | | |
|--|--|--|--|
| Pergjegjes: KMI; KMB; Pergj NJZH Planifikimi i pjesemarrjes se kompanive ne planet e NJZH | Pergjegjes: KMB; Drejtues i Shkolles Pergjegjedhja dhe komunikimi me kompanite | Pergjegjes: KMI; KMB Percaktimi i Kalendarit te aktiviteve dhe afateve | Pergjegjes: Drejtues i Shkolles; KMB; Sp.Finances Llogaritja e Kontributit financiar te biznesit (nese ka nevojte) |
| Periudha: Shtator, Tetor, Janar | Periudha: Shkurt | Periudha: Shkurt-Mars | Periudha: Shkurt-Mars |
| Planifikimi i aktiviteve promovuese me pjesemarrjen e kompanive | | | |
| Marketingu Institucional | | | |
| Zhvillimi i aktiviteve tipike promovuese me pjesemarrjen e kompanive | | | |
| Pergjegjes: KMB; KMI Organizimi i Diteve te hapura ne shkolle dhe vizitave ne kopmani | Pergjegjes: KMI; KMB Postimi i mesazheve nga kompanite/rasteve te suksesit | Pergjegjes: KMB; Drejtues i Shkolles Organizimi i panairëve konkurseve midis nxenesve, javes se praktikës profesionale | Pergjegjes: KMB Ndarja me kompanite e informacionit per AFP/Shkollen |
| Periudha: Mars-Qershor | Periudha: Shtator-Gusht | Periudha: Shtator-Gusht | Periudha: Shtator-Gusht |

- Procesi iniciohet me **planifikimin e pjesëmarrjes së kompanive** në planet e NJZH. Përgjatë përpilimit të planeve të NJZH, stafi i NJZH duke konsideruar planin e aktiviteve të gjithë vitit, konsideron në mënyrë të detajuar edhe planin e marketingut në mënyrë që të evidentojnë se në cilat aktivite promovuese do të përfshijnë biznese me të cilat bashkëpunojnë.
- Para zhvillimit të aktivitetit promovues, **bizneset potenciale kontaktohen nëpërmjet kanaleve të ndryshme të komunikimit**, si e-mail, mesazhe, telefonatë, takim i drejtpërdrejtë etj, për t'i ftuar si pjesëmarrës në aktivite dhe për të marrë një konfirmim paraprak, lidhur me mundësinë e biznesit për pjesëmarrje në aktivitetit.
- Pas konfirmimit paraprak nga bizneset potenciale pjesëmarrëse, **krijohet një axhendë dhe njoftim rreth aktiviteve, e cila ndahet me bizneset për konfirmim final**, në mënyrë që periudha të planifikohet nga të gjithë aktorët dhe më pas të krijohet axhenda finale dhe përcaktimi i kohëzgjatjes të secilit aktivitet. Për përfundimin me sukses të kë tij hapi, nevojitet që të punohet ngushtë me biznesin, për përcaktimin dhe planifikimin e aktivitetit, lidhur me elementët e organizimit të aktivitetit promovues, si për shembull: vendndodhja, orari, numri dhe tipologjia e pjesëmarrësve, mjete ndihmëse, kosto financiare etj.
- Nëse është e nevojshme, me bizneset e konfirmuara **ndahen materiale informuese rreth institucionit AFP**, shembuj apo raste të mëparshme të aktiviteve të zhvilluara, komente apo sugjerime lidhur me pritshmëritë nga biznesi, rezultatet e pritshme etj.

2.5 Instrumente mbështetës

Për të ardhur në ndihmë në realizimin e aktiviteve që lidhen me Promovimin sipas hapave të sugjeruara, më poshtë janë vendosur disa mjete ndihmëse (instrumente), të cilët

rekomandohen që të vihen në përdorim.

- Format listë e bizneseve potenciale
- Format agjendë për realizimin e aktiviteteve promovuese
- Format listë e pjesëmarrësve
- Format Profili i kompanisë
- Listë kontrolli për përgatitjen e aktiviteteve në shkollë
- Struktura “Ditë e hapur në biznes”
- Shembull Njoftim/Ftesë
- Sugjerim për mesazhet për postim në rrjetet sociale

Sugjerime:

- Bashkëpunoni me biznese të cilat angazhohen rregullisht në mbështetjen e komunitetit dhe arsimimit/edukimit dhe që mund të ofrojnë ambiente, shembuj dhe raste praktike për motivimin dhe informimin e nxënësve. Përfshini të diplomuar nga shkolla juaj, që tashmë punojnë në sektorin privat ose drejtojnë biznesin e tyre.
- Pavarësisht konfirmimeve të marra nga bizneset për të qenë pjesë e aktiviteteve, në momentin që i bëni ftesën, konsideroni edhe biznese të tjera të mundshme që mund t’i kontaktoni për zhvillimin e aktivitetit në rastin kur për arsye madhore biznesi që ka konfirmuar mund të mos jetë pjesëmarrës në aktivitet.
- Njoftimi mbi detajet e aktivitetit me bizneset që keni dakordësuar parimisht për të qenë pjesë e aktivitetit, sugjerohet të behet 1-2 javë përpara ditës së caktuar për aktivitetin.
- Përgjatë kësaj përzgjedhjeje duhet të konsiderojmë kompani që mund të marrin pjesë në aktivitetin e ditëve të hapura, në aktivitete të tjera promovuese si edhe në vizitat që nxënësit e klasave të 9 mund të zhvillojnë pranë kompanive në kuadër të promovimit të shkollës.

Përgjatë periudhës shtator-tetor, në përpilimin e planit vjetor grupi i punës diskutoi mbi planifikimin e aktiviteteve që lidhen me funksionin e Marketingut Institucional (Organizimin e ditëve të hapura në shkollë, të vizitave në biznes, të panairëve, konkurseve dhe javës së praktikave profesionale). Në bazë të listës së bizneseve bashkëpunuese që shkolla ka, si edhe eksperiencës së bashkëpunimit që ka pasur në vitet e mëparshme me bizneset dhe dëshirën e shprehur prej tyre në bashkëpunime të ardhshme, evidentoi disa biznese potenciale për secilin tipologji aktiviteti (si psh: Hotel Regina City; Hotel Yacht, Hotel Priam, Hotel Le Palazzine, Resort Marina Bay, Restorant Gjurma etj...)

Për zhvillimin e Javës së Praktikave Profesionale shkolla mundësoi zhvillimin e 12 aktivitete, për realizimin e të cilave më parë u kontaktua me bizneset përkatëse bazuar në kalendarin e aktiviteteve (biznese të cilët ishin njoftuar paraprakisht që në takimet e para në fillim të vitit akademik dhe më pas u rikontaktuan 1 javë përpara aktivitetit për të detajuar saktë mënyrat e organizimit).

Disa prej aktiviteteve të realizuara në Javën e Praktikave Profesionale renditen më poshtë:

- Të ftuar ish nxënës të shkollës profesionistë të suksesshëm, treguan rrugëtimin e

karrierës së tyre, pas diplomimit;

- “Eleganca dhe profesionalizmi ne shërbim” i ftuat Shef i sallës së Restorant “Joni”.
- Përgatitja e Stendës në Panairin e Punës nga nxënësit e klasave të 12 Profili Tregti;
- Siguria ushqimore një tregues i rëndësishëm për konsumatorin me specialisten e AKU Vlorë;
- Të nxënit përmes punës, mundësi më shumë për njohjen me profesionin dhe tregun e punës. Me përfaqësuesin e biznesit Bar- Pasticëri INI ;
- Konkurs kulinarie me tematikë “Aromë e shije” me nxënësit e klasave të drejtimit Hoteleri – Turizëm;
- Roli i kontabilistit dhe sfidat në përdorimin e mjeteve teknologjike financiare. gjatë praktikimit të nxënësve të drejtimit Ekonomik me specialistin kontabël Kastriot Aliaj;
- Konkurs Shërbimi special në restorant në sy të klientit me nxënësit e klasave të 12 profili Bar- Restorant me përfaqësuesin e biznesit Resort Marina Bay Shef Sokol Çukani.

Për zhvillimin e Ditëve të hapura në shkollë u ftuan përfaqësues të bizneseve si: Hotel Paradise; Hotel Yacht; Resort Marina Bay; Hotel Regina Garden; Restorant Pulëbardha; Bar Taushani .të cilët mundësuan dhënie të një informacioni më të detajuar mbi shërbimin që bizneset ofrojnë, mbi nevojën dhe kërkesat që tregu ka mbi profesionet që shkolla mundëson si edhe ndanë me nxënësit disa aspekte të suksesshme të bashkëpunimit që shkolla ka me këta biznese si dhe emra të nxënësve praktikantë të suksesshëm apo edhe rekrutimin e nxënësve për punësim gjatë sezonit të verës. Vlen të theksohet se disa nga bizneset e sipërpërmendura subvencionuan transportin për ardhjen e nxënësve të klasave të 9-ta në shkollë në mënyrë që ky aktivitet të kishte pjesëmarrje më të gjerë.

Një pjesë e aktiviteteve të planifikuara u zhvilluan në kompanitë të cilat ishin përzgjedhur dhe kishin pranuar të zhvillonin Ditën e Dyerve të Hapura në ambientet e tyre. Me pjesëmarrje të nxënësve të klasave të 13 dhe nxënësve të klasave të 9-ta, Hotel Regina City; Restorant Da Mikele; Dogana Vlorë; Posta Filiali Vlorë mundën të organizonin aktivitetin e dakordësuar në ambientet e tyre. Këto biznese e kompani mirëpritën nxënësit duke i treguar ambientet e biznesit, përshkruar pozicionet e punës me të cilat profesionet e profilit të shkollave lidhen, treguan për raste suksesi të nxënësve praktikantë duke u përpjekur që të jenë shembuj motivues për nxënësit e rinj.

E veçanta e këtij viti në planifikim ishte se në muajin mars-prill, në sajë edhe të diskutimeve me S4J, stafi i shkollës konsideroj të inicie të aktiviteteve që lidhen me shkollën nga bizneset bashkëpunuese.

Disa prej bizneseve me të cilat shkolla bashkëpunon kanë publikuar apo ri-publikuar gjatë këtij viti mesazhe në faqen e mediave sociale të tyre mbi aktivitete që lidhen me shkollën. Këtu vlen të përmendet postimi i realizuar nga biznesi Restorany Gjurma, Resort Marina Bay apo dhe Hotel Regina Citu i cili për momentin (brenda 1 muaji postim) numëron rreth 34 share dhe 52 like nga ndjekësit e vetë biznesit.

2.7 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Marketingun Institucional

Përtej sfidave që kemi renditur në tërësi mbi gjithë fushat e bashkëpunimit AFP- sektor privat, në këtë paragraf po rendisim më poshtë disa sfida që lidhen më tepër me fushën e Marketingut Institucional:

- Orientimi i bizneseve kryesisht në objektivat afatshkurtra.
- Mungesa e specialistëve të fushës së marketingut pranë shkollave.
- Përshtatja e kohës dhe aktorëve të duhur për disa nga aktivitetet.
- Aftësitë pedagogjike dhe didaktike të stafit të bizneseve.

III. Konsultimi për ofertën mësimore

Misioni kryesor i AFP-së është të zhvillojë kompetenca personale dhe profesionale të diversifikuara te profesionistët e rinj, për t'i afruar ata me punëdhënësit dhe për t'i përgatitur në përputhje me kërkesat e vazhdueshme të tregut të punës. Një nga proceset e rëndësishme për përmbushjen e këtij qëllimi është “Konsultimi i Ofertës” me sektorin privat.

Konsultimi i Ofertës mundëson një përputhje të lartë mes aftësive dhe kompetencave që shkollat zhvillojnë te nxënësit dhe kërkesave të tregut. Për të arritur këtë përputhshmëri, shkollat duhet të analizojnë dhe ndërtojnë në mënyrë strategjike kurrikula që zhvillojnë këto aftësi dhe kompetenca te nxënësit e tyre. Ky funksion nis me një diskutim të drejtpërdrejtë me bizneset, të cilët janë partnerët kryesorë për përcaktimin e nevojave për aftësi.

Në kontekstin e këtij manuali, fokusi do të jetë në zhvillimin e procesit të Konsultimit të Ofertës, duke përfshirë analizën e ofertës aktuale të AFP dhe diskutimin me bizneset, për identifikimin e nevojave të tyre për aftësi dhe kualifikime. Këto aktivitete janë të rëndësishme për të arritur një përputhje sa më të mirë të nevojave të tregut me ofertën e AFP-së.

3.1 Përfitimet nga procesi i Konsultimit të Ofertës në bashkëpunim me sektorin privat

Dinamikat që vijnë si pasojë e zhvillimit të teknologjisë, të ndryshimeve në vendet e zhvilluara, të kërkesave dhe nevojave në tregjet globale dhe lokale janë element që ndikojnë në aftësitë dhe kompetencat që kërkohen tek të rinjtë. Njohja sa më e mirë e tregut nëpërmjet konsultimit të ofertës me bizneset është thelbësor për t'i mbështetur, motivuar dhe ndihmuar të rinjtë në zgjedhjet e tyre.

Zhvillimi i Ofertës i mundësuar në bashkëpunim me bizneset (konsultuar me sektorin privat) mundëson një sërë avantazhesh:

- Shërben si hapi thelbësor për ofrimin e programeve të trajnimit (profili/moduli etj.) bazuar në kërkesën e tregut të punës.
- Përcakton nevojën për aftësitë dhe kompetencat që duhet të kenë nxënësit në përfundim të shkollës.
- Pajis shkollat me informacionet më të fundit mbi nevojat që kanë bashkëpunëtorët e tyre (bizneset);
- Mundëson për nxënësit një orientim karriere të suksesshëm.
- Lehtëson punësimin dhe vijimësinë në arsim të nxënësve.
- Shmang mungesën e ndërgjegjësimit për profesionet, veçoritë e tyre, specifikat e reja dhe shtigjet e karrierës dhe nivelin e pagave në tregun e punës;
- Mundëson një tranzicion të lehtë të kalimit të nxënësve nga shkolla në punë.

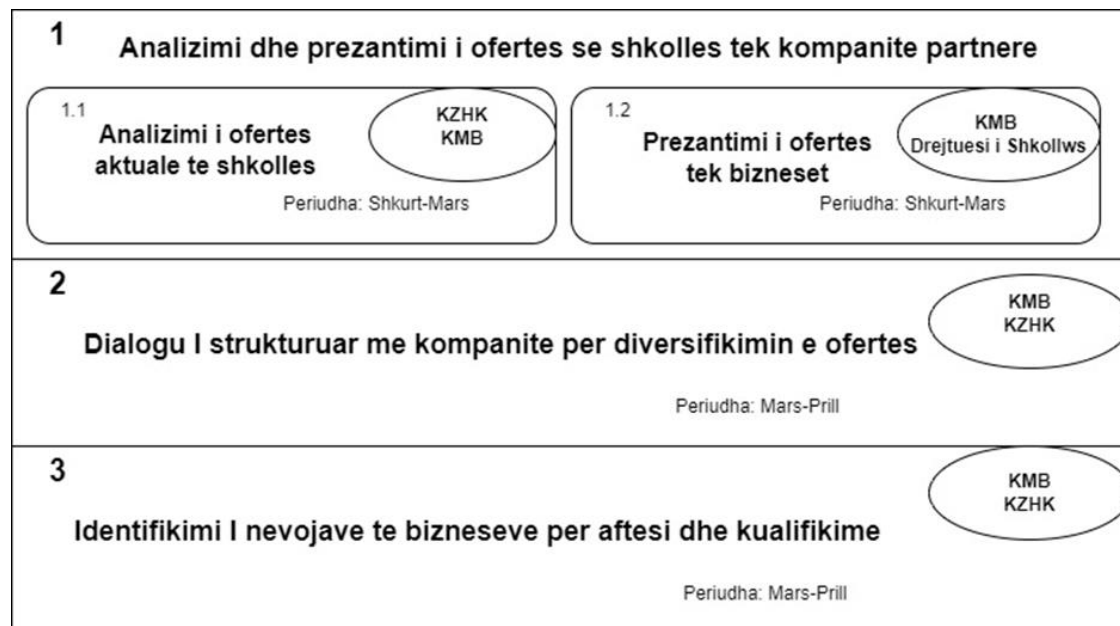
3.2 Indikatorët e suksesit

Disa indikatorë dhe objektiva të mundshme që ndihmojnë në matjen e suksesit lidhur me procesin e konsultimit të ofertës në bashkëpunim me bizneset janë:

| INDIKATORI | TARGET (i sugjeruar) |
|---|---|
| Numri i bizneseve pjesëmarrëse për secilën industri/sector | >5 (varion sipas rastit) |
| Numri i tryezave të rrumbullakëta (aktivitete) të mbajtura me bizneset. | Të paktën 1 tryezë me secilën industri |
| Numri i pyetësorëve, me informacion mbi konsultimin e ofertës, të plotësuar nga bizneset, me të dhëna, komente apo sugjerime. | >50% e nr. të pyetësorëve të shpërndarë |
| Programi i ri apo i adaptuar i një trajnimi profesional (profili/moduli etj.), i krijuar me bashkëpunimin e bizneseve. | Po, i realizuar. |

3.3 Realizimi i Konsultimit të Ofertës dhe Aktivitetet

Në diagramën e mëposhtme është përmbledhur procesi i zhvillimit të Konsultimit të Ofertës në bashkëpunim me sektorin privat. Në këtë diagramë janë paraqitur hapat, periodha e zhvillimit dhe personat përgjegjës.



1. (1.1) Hapi i parë është **analizimi i ofertës aktuale të shkollës**. Në mbledhje të brendshme mes stafit të shkollës diskutohet mbi: profilet, modulet etj. që shkolla mundëson; me çfarë aftësish dhe kompetencash kryesore pajisen nxënësit e secilit drejtim në fund të studimeve të tyre; konsiderohen inputet që stafi i shkollës ka marrë

29

nga marrëdhëniet e mëparshme me bizneset dhe nevojat e tyre; shprehen mes njëri tjetrit çfarë informacioni kanë për dinamizmat e tregut dhe studimet e tregut të kryera gjatë vitit të fundit; fenomeneve lokale që janë duke u zhvilluar në zonë etj.

(1.2) Përgjatë periudhës shkurt mars në **takime me sektorin privat**, Drejtuesi i shkollës dhe KMB pajis bizneset me informacion të përgjithshëm mbi drejtimit dhe profilet që zhvillohen në shkollë, si edhe mbi aftësitë dhe kompetencat që i mundësohen nxënësve në fund të studimeve. Përtej situatës aktuale të ofertës, drejtuesi ndan me bizneset në këto diskutime edhe planet afatshkurtra që ka shkolla sa i përket ofertave të mundshme në këtë vit akademik.

2. Në vijim, rekomandohet që përgjatë periudhës Mars-Prill të zhvillohet një **dialog i strukturuar me sektorin privat**. Diskutimi në tavolinat e rrumbullakëta sipas industrisë do të mund të gjenerojë informacion të detajuar mbi specifikat e secilit sektori, duke e pajisur shkollën me një informacion të plotë mbi nevojat dhe kërkesat specifike të tregut.

Disa nën-aktivitete që mund të konsiderohen për realizimin e tryezave të dialogut të strukturuar me bizneset (sipas industrisë).

- Përgatitja e strukturës së takimit dhe agjenda.
 - Identifikohen dhe përzgjidhen kompanitë që do të jenë pjesë e dialogut.
 - Ndarja e informacionit paraprak me kompanitë që do të jenë pjesë e takimit.
 - Realizimi i takimit dhe mbajtja e shënimeve mbi shkëmbimet dhe sugjerimet e kompanive.
 - Përcaktimi i nevojave që duhet të reflektohen në përmirësimin e ofertës.
3. Së fundmi, përveç informacionit që mundësohet nga diskutimet në tavolina të rrumbullakëta, rekomandohet të zhvillohet një **studim i detajuar mbi nevojat e kompanive**. Kjo mundësohet nëpërmjet pyetësorëve të strukturuar dhe gjysmë strukturuar të marrë informacionin nga çdo kompani partnere mbi çështjet më të nevojshme. Një analizë e detajuar e Informacionit të dhënë nga kompanitë shërben për të lexuar sa më qartë dinamikën e tregut dhe për ta përkthyer atë në zhvillim të kurikulave të caktuara si edhe në orientimin më të duhur në karrierë për nxënësit.

Disa nën-aktivitete të mundshme për identifikimin e nevojave të bizneseve për aftësi dhe kualifikime janë:

- Përgatitja e pyetësorit/Çështjeve që do të kërkojnë marrjen e opinionit të kompanive.
- Koordinimi me kompanitë dhe përfaqësuesit e tyre për të mundësuar informacion mbi përmirësimin e ofertës.
- Realizimi i vrojtimit dhe plotësimi i pyetësorit apo intervistave.
- Analiza e të dhënave të mbledhura.

Shembuj

Në shkollën **Teknike Ekonomike të Tiranës (SHTET)**, në rrjedhën e diskutimeve të vazhdueshme me bizneset bashkëpunuese, me qëllim të leximit sa më të mirë të nevojave dhe tregut të punës së fundmi është propozuar zhvillimi i disa kualifikimeve të mundshme si: Kualifikimi për Audit; Kualifikim Shërbime Bankare dhe Kualifikim E-Commerce. Sa ndjekur hapat e nevojshme për zhvillimin e tyre shkolla është duke vijuar bashkëpunimin me bizneset Kresto Albania, OTP Bank dhe Value Provider për plotësimin e materialeve të nevojshme për zhvillimin e këtyre kualifikimeve në mënyrë që të përmbushë nevojën e tregut për punonjës me këto profile.

Në vitin 2023-2024, **Shkolla e Mesme Tregtare** ka zhvilluar një seri takimesh me përfaqësuesit e bizneseve, zyrat e punës, projektin S4J, përfaqësues nga AKPA, prindër, nxënës dhe Bordin e Shkollës, i cili së bashku me drejtorinë pas 2 workshopeve të zhvilluara mbi diskutimet e ofertës mësimore, miratoi ofertën mësimore të vitit 2024-2025. Në këtë ofertë mësimore, nga konsultimet janë specifikuar disa elementë për drejtimin Hotelieri Turizës si:

1) Përafrimi me tregun e punës:

Kërkesa në treg për profesione si menaxher hotelieri, kuzhinier, dhe në shërbime hotelerie apo restorante është në rritje. Për të përafuar ofertën mësimore me tregun, duhet konsideruar zhvillimi i aftësive të tilla të kërkuara nga punëdhënësit dhe u miratua profili “Menaxher i strukturave hoteliere e gastronomike” të Nivelit të V-të të KSHK-së që njihet ndryshe edhe si Pas e Mesmja.

2) Zhvillimi i moduleve praktike:

Mësimi teorik duhet të kombinohet me praktika profesionale në hotele, restorante dhe qendra turistike. Për këtë vit shkollor po pilotojmë profilin kuzhina nivelin e III-të të KSHK-së në sistemin dual.

3) Përdorimi i teknologjisë në turizëm:

Përdorimi i softuerëve për menaxhimin e rezervimeve dhe promovimin e destinacioneve turistike është jetik. Nxënësit duhet të kenë akses në platforma si për menaxhimin e hoteleve dhe sisteme rezervimesh si Booking.com për menaxhimin e klientëve, në lëndët e teorisë së Shërbimit në Hotel etj.

4) Qëndrueshmëria në turizëm:

Integrimi i aftësive të qëndrueshmërisë dhe aftësive të gjelbra që fokusohet në turizmin e qëndrueshëm dhe praktikatat miqësore për mjedisin do të jetë një përparësi për zhvillimin e aftësive të reja për profesionistët e turizmit. Kjo tashmë po implementohet edhe në planet mësimore.

3.4 Instrumente mbështetës

Për të ardhur në ndihmë në realizimin e aktiviteteve dhe nën-aktiviteteve që lidhen me konsultimin e ofertës sipas hapave të sugjeruara, më poshtë janë vendosur disa mjete ndihmëse (instrumente), të cilët rekomandohen që të vihen në përdorim.

- Metodologjia e tryezave të dialogut
- Agjenda e tryezave të dialogut të strukturuar ;

- Katalogët e ofertës së shkollës;
- Lista e të ftuarve për të qenë pjesëmarrës në tavolinat e rrumbullakëta;
- Pyetëtori për mbledhjen e të dhënave mbi ofertën nga kompanitë.

Sugjerime:

- Ftoni për pjesëmarrje dhe mbështetje biznese që kanë bashkëpunim të ngushtë me shkollën tuaj, që kanë reputacion të mirë në komunitet, që janë lider të industrisë në rajon, dhe/ose që ofrojnë zhvillim të vazhdueshëm të stafit të tyre.
- Në fund të diskutimit fillestar me stafin e shkollës mbi ofertën që mundëson shkolla, sugjerohet që të ndërtohet një material i strukturuar mbi kompetencat dhe aftësitë që secili prej drejtimeve dhe profileve i mundëson nxënësve në përfundim të shkollimit. Ky material do të mund të shërbejë më së miri për hapin pasues, informimin e bizneseve në takime.
- Në tavolinat e rrumbullakëta që zhvillohen mes shkollës dhe sektorëve të ndryshëm, sugjerohet që të identifikohen dhe të jenë pjesë e tavolinës bizneset që kanë influencë të madhe në komunitet në sajë të numrit të të punësuarve, në sajë të nevojës për shërbimin apo produktin që ata ofrojnë tek klientët si edhe kompanitë që kanë treguar dëshirë për të kontribuar në këtë proces dhe kanë potencial për ta realizuar atë. Do të ishte me vlerë për ju që në listën e bizneseve të konsideroni tipologjinë e bizneseve të nevojshme për takimin si edhe biznese me potencial por jo të domosdoshme, në bazë të kësaj liste ju do të organizoni edhe takimin duke dakordësuar fillimisht me bizneset që keni konsideruar të nevojshëm.
- Në ndërtimin e pyetëtorit, për mbledhjen e informacionit të nevojshëm për zhvillimin e ofertës së shkollës, sugjerohet të përfshihen ata individë nga shkolla të cilët kanë ndjekur tryezat e rrumbullakëta me bizneset dhe janë më të mirë informuar mbi ndryshimet e fundit të nevojave të tregut.

*Mbi këtë fushë bashkëpunimi, projekti “Aftësi për punë”, paralelisht po punon me zhvillimin e një manuali të veçantë, specifik mbi diversifikimin e ofertës.

3.5 Praktika të mira

Shkolla “Kolin Gjoka”, Lezhë

Iniciativa për hapjen e drejtimit Teknologji Ushqimore në shkollën “Kolin Gjoka”, Lezhë, u mor nga dy përfaqësues të bizneseve partnere të shkollës në fushën e Hoteleri-Turizëm. Të dy përfaqësuesit e bizneseve janë njëkohësisht edhe pjesë e Bordit të shkollës Z. Altin Prenga pronar i Mrizit të Zanave Agroturizëm dhe Z. Alfred Marku pronar i Rapsodia Restorant dhe

Baxho Rapsodia.

Në një nga takimet e Bordit, në diskutimet e planifikuara mbi dinamikën e kërkesave të tregut, sa mbështetur në nevojat që ato dhe bizneset e tjera të fushës kishin, i kërkuan shkollës të konsideronte hapjen e një programi që do të ndihmonte në përgatitjen e specialistëve në përpunimin ushqimor (teknologji ushqimore).

Sipas procedurave, nëse një shkollë do të hapë një drejtim të ri, duhet të analizojë tregun, të vlerësojë burimet në dispozicion, të marrë miratimin e Bordit të Shkollës dhe të dërgojë gjithë dokumentacionin e kërkuar tek ministria e linjës për të marrë miratimin e saj. Sa konsideruar se shkolla nuk kishte fonde ose hapësira për laboratorë për këtë drejtim mësimor, ishte e nevojshme gjithashtu dakordësimi paraprak me bizneset se, nëse ky drejtim mësimor do të hapej, praktikat profesionale do të zhvilloheshin tërësisht në kompani.

Në nëntor të 2018, mbështetur nga S4J, u organizua një seminar ku morën pjesë 13 kompani të teknologjisë ushqimore nga rajoni, Drejtori i Zyrës së Punësimit, një specialist nga sektori i kurrikulës nga Agjencia Kombëtare për AFP dhe Kualifikimeve (AKAFPK) si edhe drejtuesit dhe mësuesit e shkollës “Kolin Gjoka”. Seminari arriti të identifikojë mangësitë për aftësi në këtë sektor dhe të sigurojë përkushtimin e kompanive për të kontribuar me promovimin e drejtimit të ri, mbështetje për përshtatjen e kurrikulave sipas kontekstit lokal dhe ofrimin e praktikave profesionale për nxënësit.

Dokumenti me këto pika u firmos nga të gjitha kompanitë e pranishme dhe u prezantua si një kërkesë që shkolla të hapte drejtimin e ri. Bordit drejtues miratoi propozimin dhe nënshkroi një kërkesë për Ministrinë e Financave dhe Ekonomisë për të lejuar shkollën “Kolin Gjoka” të ofrojë drejtimin mësimor “Teknologji Ushqimore” duke filluar nga viti i ardhshëm shkollor. Ministria e Financave dhe Ekonomisë e miratoi kërkesën gjashtë muaj më vonë. Në shtator të 2019 24 nxënës filluan studimet tyre në drejtimin mësimor “Teknologji Ushqimore”.

Në sajë të bashkëpunimit të ngushtë me bizneset me të cilat u nënshkruan dhe Memorandume Bashkëpunimi si: Mrizi i Zanave, Amarildo shpk, Mnela shpk, Dudi shpk, Mare Adriatik, AZ Group etj., u mundësua hartimi i kurrikulës në nivel shkollor dhe realizimi i praktikave profesionale për të gjithë nxënësit në biznese duke mundësuar kështu aftësimin e nxënësve me kompetencat e kërkuara sipas kurrikulës.

Përtej sfidës së madhe të periudhës së pandemisë që ra menjëherë pas çeljes së këtij profili, mund të themi se çelja e tij ishte një sukses për komunitetin, bizneset dhe vetë shkollën. Në vitin 2023, ishin të diplomuarit e parë në këtë drejtim dhe aktualisht shkolla është në fazën e gjurmimit të të diplomuarve të vitit 2023, por nga të dhënat paraprake që shkolla disponon, rezulton se punësueshmëria e tyre është në nivele të kënaqshme.

3.6 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Konsultimin e Ofertës

Në këtë paragraf po rendisim më poshtë disa sfida që lidhen specifikisht me fushën e Konsultimit të Ofertës:

- Orientimi i bizneseve kryesisht në objektivat afatshkurtra.
- Kryerja e studimeve të herëpashershme mbi nevojat e tregut të punës.
- Përshtatja e kohës për pjesëmarrësit në tavolinat e rrumbullakëta.
- Aftësitë e bizneseve për të lexuar sa më mirë nevojat e tregut.

IV. Lëvrimi i kurrikulës në nivel ofruesi

Lëvrimi i kurrikulës në nivel ofruesi në Arsimin Profesional luan një rol të rëndësishëm në përgatitjen e nxënësve për tregun e punës, duke siguruar që ata të jenë të pajisur me aftësitë dhe njohuritë e nevojshme për të qenë të suksesshëm në karrierat e tyre profesionale.

Lëvrimi i kurrikulës në nivel ofruesi merr kuptim vetëm në sajë të zhvillimit në bashkëpunimin e ngushtë që ofruesit e AFP-së kanë me bizneset. Çdo aktivitet i kësaj fushe bashkëpunimi iniciohet dhe bën sens vetëm nëse përfshihen në të bizneset. Kjo e bën këtë fushë bashkëpunimi dhe këto aktivitete edhe më sfiduese për tu organizuar dhe koordinuar por njëkohësisht mirëpërcakton dhe shpalos këtë marrëdhënie bashkëpunimi që shkollat kanë me bizneset.

Në kontekstin e zhvillimit të këtij manuali, do të përqendrohemi në zhvillimin e lëvrimin të kurrikulës në nivel ofruesi, bazuar në bashkëpunim me sektorin privat, duke u fokusuar në aktivitetet lidhur me “Provimet e Nivelit” dhe “Orët mësimore me lektorët nga industria”.

4.1 Përfitimet nga zhvillimi i lëvrimin të kurrikulës në nivel ofruesi në bashkëpunimin e sektorit privat.

Zhvillimi i aktiviteteve që lidhen me lëvrimin e kurrikulës në nivel ofruesi në bashkëpunim me biznesin, mundëson përfitime të konsiderueshme, të tilla si:

- Ofrimi i leksioneve bazuar në eksperiencën reale të bizneseve duke ndarë kështu edhe eksperiencën të tyre;
- Vlerësim i nxënësve bazuar në aftësitë dhe potencialet e tyre duke i vendosur për provime ata në pozicione pune reale;
- Rritja e profesionalizmit të mësuesve nëpërmjet trajnimit të zhvilluar me specialistë të fushës;
- Përfitimi i materialeve më të fundit mbi zhvillimin e profesionit të mundësuar nga bizneset;

4.2 Aktivitetet tipike me pjesëmarrjen e sektorit privat dhe aplikimi i hapave të sugjeruar

Zhvillimi i provimeve të nivelit

(Ky aktivitet mundëson realizimin e provimit të nivelit (të praktikës profesionale) nëpërmjet testimit të nxënësve në aspektin teorik dhe praktik. Siç sugjerohet edhe në bazën ligjore, me pjesëmarrjen e bizneseve ky aktivitet ofron përvojën nga mjedisi real i punës dhe e trajton këtë provim në përputhje me aktivitetet e mësuara përgjatë praktikës profesionale të lidhura me postet reale të punëve në treg)

- Identifikimi i bizneseve që mund të marrin pjesë në ndërtimin e tezës së provimit dhe në zhvillimin e provimit dhe vlerësimin;
- Përzgjedhja e bizneseve që do të jenë pjesë e procesit të provimit dhe ndarja e

- material informues për Provimet e Nivelit bazuar në programet orientuese;
- Njoftimi i kompanive që do të jenë pjesë e procesit të provimeve dhe informimi i tyre mbi procesin dhe datat;
- Draftimi i tezës së provimit në bashkëpunim me bizneset;
- Realizimi i provimit dhe vlerësimi i studentëve.

Organizimi i leksioneve të hapura nga kompanitë

(Në këtë aktivitet mundësohet nga biznesi dhënie e një informacioni të plotë mbi eksperiencën reale apo shembujt konkretë që lidhen me tregun e punës. Si aktivitet mund të konsiderohet edhe për zhvillimin e një teme diskutimi shume specifike, për të cilën një biznes mund të jetë i specializuar dhe ta trajtojë atë me shumë profesionalizëm duke sjellë informacionet më aktuale të tregut)

- Identifikimi i tematikave që mund të trajtohen leksione të hapura;
- Identifikimi i bizneseve potenciale për zhvillimin e leksioneve të hapura;
- Diskutimi dhe dakordësimi për zhvillimin e leksioneve të hapura me bizneset;
- Draftimi dhe ndarja e kalendarit të orëve të hapura me bizneset;
- Koordinimi dhe organizimi i orës së hapur.

Trajnim i mësuesve nga specialistë të fushës së industrisë (biznesi)

(Stafi i kompanive në bazë të eksperiencës dhe fokusit që kanë në një profil të caktuar mund të jenë trajnues shumë të mirë, në këtë aktivitet për mësuesit e lëndëve profesionale për ti pajisur ata me informacionin më të fundit dhe për të ndarë me ta eksperiencat e tyre).

- Identifikimi i nevojave të mësuesve për trajnime;
- Identifikimi i bizneseve potenciale që mund të mundësojnë trajnime profesionale për stafin e shkollës;
- Diskutimi dhe dakordësimi me biznesin për të zhvilluar trajnimet me mësuesit;
- Organizimi i ditës së trajnimit duke koordinuar një orar të përshtatshëm për mësuesit dhe biznesin.

Draftimi dhe ndarja e materialeve mësimore nga kompanitë

(Kompanitë mundohen të jenë sa më të aktualizuara me zhvillimet dhe nevojat më të fundit në treg duke mundësuar kështu zotërimin qoftë edhe të materialeve më të fundit mbi fusha specifike. Në këto raste, ky aktivitet mundëson pajisjen e shkollës nga bizneset me materialet më të azhurnuara mbi profesionet).

- Identifikimi i nevojave për materiale dhe informacione nga mësuesit e shkollës;
- Diskutimi me bizneset potenciale që mund të ndihmojnë në plotësimin e literaturës së nevojshme;
- Dakordësimi mbi marrjen e materialeve nga kompanitë;
- Përvetësimi i materialeve nga shkolla

Shembuj

Për lëvrimin e kurrikulës në nivel ofruesi në shkollën **“Kristo Isak”** përgjatë vitit akademik nga KK, KMB dhe konkluzionet e takimeve në NJZH me mësimdhënësit e praktikës profesionale u identifikuan çështjet që mund të trajtohen me nxënësit nga lektorë të ftuar në biznese.

Fillimisht u përcaktuan temat që mësimdhënësit e praktikës profesionale menduan të nevojshme për tu trajtuar me lektorë të ftuar nga industria dhe institucionet si në shembullin më poshtë për tre profilet.

| Nr. | Drejtimi | Profili | Tema | Çështjet | Specialist |
|-----|-----------------------------|-----------------------------|--|---|------------------------|
| 1 | Shërbimi Social-Shëndetësor | Shërbime Kujdesi për Fëmijë | Sëmundjet Infektive tek fëmijët. | Gripi epidemik, shenjat alarmante dhe trajtimi. | Mjek Peditër |
| 2 | Hoteleri-Turizëm | Shërbime Hoteliere | Orientimi i klientëve të hotelit për vizita udhëtimi dhe argëtimi në zonë. | Interpretimi i hartave dhe guidave të zonës /qytetit duke i orientuar klientët sipas rregullit. | Guidier i certifikuar. |
| 3 | Hoteleri-Turizëm | Kuzhine - Pasticëri | Përgatitja e asortimenteve të pasticërisë. | Përgatitja e asortimenteve me brumë të ardhur dhe tortave të akullit. | Pasticier |

Pasi identifikuan bizneset u dakordësua me ta për datat konkrete në të cilën do të zhvilloheshin temat. Në këtë mënyrë nxënësit mundën të marrin një informacion të detajuar nga specialistë të fushës dhe të shkëmbejnë më ta informacionet e nevojshme.

Në shkollën **“Kolin Gjoka”** në zhvillim të lëvrimin të kurrikulës në nivel ofruesi janë organizuar një sërë takimesh të ndryshme me përfaqësues të bizneseve në mënyrë që të bëhej e mundur përzgjedhja e moduleve me zgjedhje, të hartoheshin programet mësimore të praktikës profesionale në bashkëpunim me bizneset, të mundësohej ndarja e materialeve mësimore me të cilat disa nga bizneset mund të kontribuonin si edhe njëkohësisht është bërë koordinimi me bizneset për tu zhvilluar konkurse për realizimin e përzgjedhjes së profileve të nxënësve mbështetur në vlerësimin e aftësive të tyre.



Në vitin 2023-2024, **Shkolla e Mesme Tregtare** kërkoi të modernizonte dhe përmirësonte kurrikulën e provimeve të nivelit të tretë për klasën e 12-të në drejtimin e Hotelierisë dhe Turizmit, specifikisht në profilin e kuzhinës. Objektivi ishte të sigurohej që provimet të pasqyronin realitetin dhe kërkesat e tregut të punës dhe të ofronin një vlerësim të ndihmës dhe njohurive të studentëve në përputhje me standardet e industrisë. Për këtë arsye u ndoqën nga shkolla disa elementë si:

Ndërtimi i një Plani me integrimin e biznesit

Zbatimi dhe Pjesëmarrja e Biznesit në Kurrikulë

Analizën e Rezultateve dhe Përfitimeve

Perspektiva e Ardhshme e veprimit apo aftësisë.

Kështu u vendos që gjatë hartimit të tezave të provimit të praktikave dhe në aktivitete të tjera të lihet një dorë e lirë edhe gatime që nxënësit i shikojnë të favorshme që të hynë në tregun tonë apo të integrohen në proces produktet që kërkon biznesi realisht. Kështu gjatë provimit të nivelit të praktikës të II-të të KSHK-së të klasës së 11 c nxënësi Elio Dulaj u punësua menjëherë nga Restoranti Joni, pasi pjesëmarrës përgjatë provimit ishte vet pronari i biznesit. Biznesi mori pjesë në hartimin e tezave të

provimit ku si kërkesa u vendosën produkte që kërkohen nga tregu dhe pasi nxënësi performoi mirë, ai u konsiderua si potencial shumë i kërkuar nga biznesi.

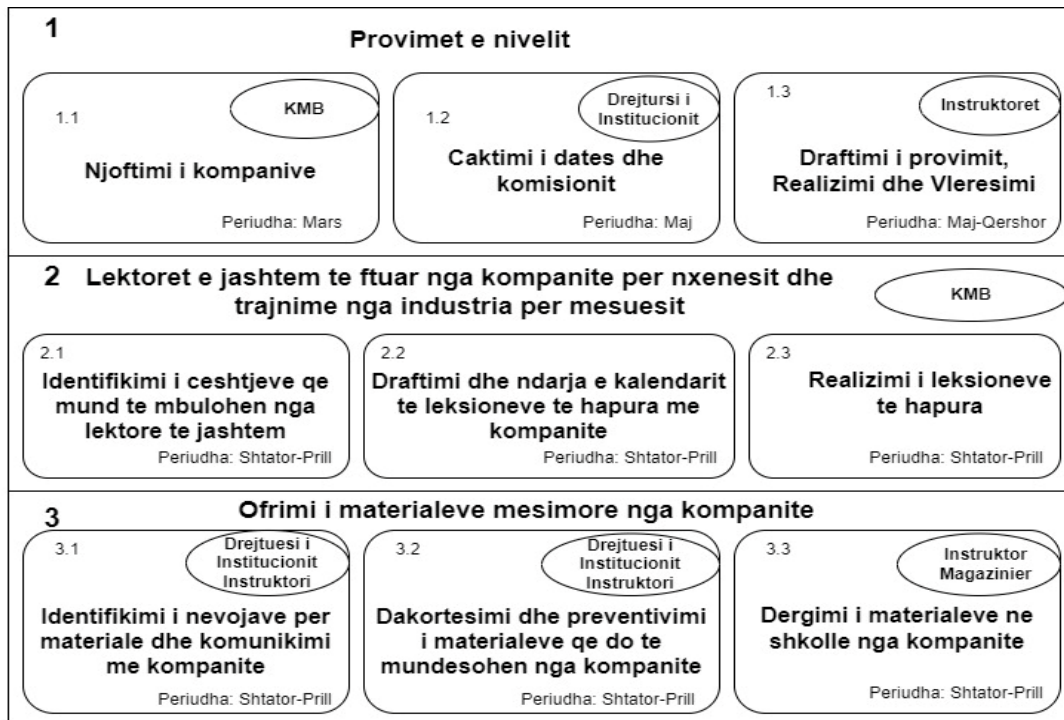
4.3 Indikatorët e suksesit

Indikatorët që ndihmojnë në matjen e suksesit të këtij aktiviteteve, duke ofruar një bazë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura dhe na lejojnë identifikimin e arritjeve dhe fushave që duhet të përmirësojmë po vendosen në tabelën e mëposhtme. Gjithashtu në tabelën e mëposhtme gjeni objektivat (targete) të sugjeruar për secilin indikator të përcaktuar për aktivitetet e Kurrikulës së Aplikuar të cilat ndihmojnë në përcaktimin e mëtejshëm të objektivave edhe në planin strategjik të institucionit AFP. Këto indikatorë dhe objektiva të mundshme ndihmojnë në matjen e suksesit lidhur me zhvillimin e aktiviteteve të Kurrikulës së Aplikuar në bashkëpunim me bizneset:

| INDIKATORI | TARGET (i sugjeruar) |
|---|--|
| Numri i bizneseve pjesëmarrëse në hartimin e tezës së provimit të nivelit | Minimumi 1 biznes pjesëmarrës në hartimin e tezës |
| Numri i bizneseve pjesëmarrëse në provimin e nivelit | Minimumi 1 biznes pjesëmarrës në provim |
| Numri i leksioneve të hapura | Minimumi 1 leksion i hapur (për secilin mësues). |
| Numri i trajnimeve për mësuesit nga biznesi | Minimumi 1 trajnim nga biznesi ne vit |
| Materiale mësimore të marra nga industria | Referenca të materialeve ose bashkëpunim i biznesit për krijimin e materialeve mësimore. |

4.4 Hapat për zhvillimin e lëvrimin të kurrikulës në nivel ofruesi me përfshirjen e sektorit privat.

Në diagramën e mëposhtme është përmbledhur procesi i zhvillimit të funksionit të lëvrimin të kurrikulës në nivel ofruesi në bashkëpunim me sektorin privat. Në këtë diagramë janë paraqitur hapat, periudha e zhvillimit dhe personat përgjegjës.



- Ky funksion ka në vetvete një sërë aktivitete që nuk janë plotësisht të lidhur me njëri tjetrin dhe mund të ndodhin paralelisht pa penguar njëri-tjetrin. Kështu si hap i parë i secilit aktiviteti qoftë ai i zhvillimit të provimeve të nivelit, qoftë trajtimi i leksioneve të hapura apo edhe marrja e materialeve mësimore nga kompanitë fillojnë me **identifikimin e nevojës që shkolla ka** dhe më pas identifikimin, nga stafi i shkollës, të **bizneseve potenciale** për këto procese. (Për zhvillimin e provimeve ky proces ndiqet në diskutimet mes mësuesve në departamente, për të bërë përzgjedhjen e bizneseve të duhura).
- Në hapin e dytë, i cili është **informimi i bizneseve dhe dakordësimi i tyre** për të qenë pjesë e aktiviteteve. Pasi vihen në dijeni bizneset për aktivitetet e shkollës dhe dakordësojnë për të qenë pjesë e tyre, nëpërmjet takimeve individuale bizneset **informohen për organizimin e aktivitetit** (provimit të nivelit apo leksionit të hapur/trajnimin).
- **Përcaktimi i elementëve të aktivitetit dhe koordinimi me bizneset** është hapi vijues për zhvillimin e aktiviteteve. (për zhvillimin e provimit kemi përcaktimin e komisionit të provimit dhe datës duke vijuar me ndërtimin e materialeve për tezën e provimit, ndërsa për leksionet e hapura dhe trajnimet dakordësimi i temës, ditës, orës he vendit në të cilën do të zhvillohet)
- Aktivitetet finalizohen me zhvillimin e tyre (Provimi përfundon i dokumentuar me vlerësimin e kryer ne procesverbale si edhe leksionet e hapura dhe trajnimet duke u evidentuar me ndonjë raport të shkurtër apo edhe foto ilustrative)

4.5 Instrumente mbështetës

Për të ardhur në ndihmë në realizimin e aktiviteteve që lidhen me Kurrikulën e aplikuar, sipas hapave të sugjeruara, më poshtë janë vendosur disa mjete ndihmëse (instrumente), të cilët rekomandohen që të vihen në përdorim.

- Formati i njoftimit për Provimet e Nivelit
- Material informues për Provimet e Nivelit bazuar në programet orientuese
- Formati i vendimit për ngritjen e Komisionit të Provimeve të Nivelit
- Lista me çështjet e mundshme për Lektorët nga industria
- Formati i kalendarit të takimeve për Lektorët nga industria

Sugjerime:

- Të konsiderohen biznese rezervë në organizimin e aktiviteteve që shkolla planifikon, në mënyrë që nëse ndonjë nga bizneset nuk mund të jetë i pranishëm, për arsye esenciale, procesi të mund të vijoj sipas planifikimit.
- Jini fleksibël me orët e mësimi të hapur të përcaktuar në programe. Nëse për ndonjë arsye specifike biznesi me të cilin keni planifikuar zhvillimin e leksionit të hapur nuk mund të jetë i pranishëm në atë ditë dhe orar të përcaktuar, tregoni fleksibilitet duke e organizuar në një moment tjetër të përshtatshëm.
- Mësuesit që kanë marrëdhënie të ngushta me bizneset dhe kanë informacion më të shpeshtë me industrinë, qëndroni vigjilent në evidentimin e mundësisë për të marrë nga industria materiale dhe informacionet më të fundit.

4.6 Raste të mira

Shkolla “Hamdi Bushati”, Shkodër

Në fillimin e procedurave të zhvillimit të provimeve të nivelit, Shkolla “Hamdi Bushati”, Shkodër, në zbatim të Udhëzimit nr. 15 datë 26.04.2019 “Për organizimin dhe zhvillimin e provimeve në AFP” zhvilloi konsultime në departamente në lidhje me përzgjedhjen e bizneseve në të cilat zhvillohet në përqindjen më të madhe praktikat profesionale si dhe duke konsideruar sesa këta biznese janë të gatshëm të marrin pjesë në këtë proces.

Pasi u zhvillua diskutimi së brendshmi shkolla filloi takime në ambientet e bizneseve potenciale për të dakordësuar parimisht përfshirjen e bizneseve në këtë proces dhe pas dakordësisë së marrë finalizoi ngritjen e Komisionit të Provimeve Përfundimtare (KPP) të shkollës si edhe ngritjen e komisioneve KVPT (komisioni i vlerësimit të provimit përfundimtar teorik në ofruesin e AP publik) dhe KVPP (komisioni i vlerësimit të provimit përfundimtar praktik në ofruesin e AP publik) dhe caktimin e datave të provimeve të niveleve me urdhër të brendshëm.

Në javën përpara zhvillimit të provimeve shkolla vijoi takimet individuale me bizneset në të cilat trajtoi disa tematika që lidheshin me grafikun e realizimit të Provimeve të Praktikës Profesionale të Integruar, programin e orientimit të provimeve të niveleve, instrumentet e

40

vlërësimit si dhe mënyrën e realizimit dhe vlerësimit të nxënësve.

Në datat e përcaktuara të provimeve të nivelit, sipas organizimit paraprak ishin prezentë dhe të përfshirë përfaqësuesit e bizneseve të cilët qëndruan aktiv me drejtimin e pyetjeve për nxënësit gjatë aktivitetit si edhe dhanë opinionet e tyre mbi vlerësimet finale të nxënësve duke e finalizuar të gjithë procesin me firmosjen e procesverbaleve për vendosjen e notës së nxënësve.

4.7 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Lëvrimin e kurrikulës në nivel ofruesi

Në këtë paragraf po rendisim më poshtë disa sfida që konsiderohen mbi fushën e Lëvrimin të kurrikulës në nivel ofruesi:

- Orientimi i bizneseve kryesisht në objektivat afatshkurtra.
- Kryerja e studimeve të herëpashershme mbi nevojat e tregut dhe përkthimi i tyre në nevojë për të zhvilluar aftësi të reja në përputhje me to.
- Aftësitë e bizneseve për të reflektuar nevojat e tregut në kurrikula.
- Përshtatja e kohës së bizneseve me orarin e provimeve të nivelit apo edhe të trajnimeve dhe orarin e leksioneve të hapura.
- Mungesa e materialeve të plota didaktike për zhvillimin e aftësive dhe kompetencave më të fundit të kërkuara nga tregu

V. Orientimi në Karrierë

Procesi i orientimit për karrierën konsideron zhvillimin dhe rritjen individuale të nxënësve, duke synuar aftësimin e individëve për të marrë vendime në mënyrë autonome. Kjo fushë bashkëpunimi mes ofruesve të AFP-së dhe biznesit, mundëson një orientim sa më të mirë të nxënësve përsa i përket edukimit të tyre nëpërmjet informimit real mbi tregun e punës duke i mundësuar në këtë mënyrë qartësim mbi cilat janë aftësitë, kompetencat, detyrat e përgjegjësitë e kërkuara për një profil apo drejtim të përcaktuar. Përvoja dhe njohuria e krijuar nga marrëdhëniet mes shkollës dhe biznesit dhe sidomos praktikat në biznes ofrojnë informacione të vlefshme për orientimin për karrierën si para edhe gjatë AFP-së duke i ofruar nxënësve një perspektivë më realiste të potencialit të profilit të tyre në tregun e punës. Kjo fushë bashkëpunimi ndërlihd veprimtarinë e saj me dy fusha të rëndësishme si atë të zhvillimit të projekteve dhe atë të marketingut institucional. Në fushën e zhvillimit të projekteve nga bashkëpunimi i biznesit me AFP-në mundësohet një bashkëpunim me partnerë të tjerë dhe përmes financimeve nga donatorët mund të realizohen aktivitete të cilat e pasurojnë planin vjetor të orientimit për karrierën. Në fushën e bashkëpunimit të biznesit me AFP-në, në marketingun institucional, mund të themi se në disa nga aktivitetet që zhvillohen shkojnë paralelisht me përmbushjen e qëllimit edhe të fushës së bashkëpunimit me bizneset mbi orinetimin në karrierësi si psh komunikimi dhe informimi i nxënësve të shkollave 9-vjeçare nëpërmjet pranisë së biznesit.

Kontributi që jep procesi i orientimit për karrierën në rritjen e përputhshmërisë mes kërkesës e ofertës për aftësi është shumë i rëndësishëm. Nevojitet që orientimi dhe këshillimi për karrierën të jetë në përputhje me planin strategjik të loAFPve, i cili parashtron misionin, vizionin dhe objektivat strategjike të loAFP-ve. Vetëm kështu sigurohet sinergji mes iniciativave të ndryshme dhe realizohet misioni i institucionit në shërbim të nxënësve, mësuesve, stafit, prindërve dhe komunitetit.

Me orientimin në karrierë që zhvillohet në institucionet e AFP-së kuptojmë mbështetjen që u japim nxënësve për të qenë më të përgatitur në arritjen e vendimeve lidhur me arsimimin, formimin profesional apo karrierën, bazuar në njohjen e vetes, interesave, shkathtësive e aftësive të tyre, si dhe burimet dhe mundësitë e lidhura me to.

Në kontekstin e zhvillimit të këtij manuali, do të përqendrohemi në kryerjen e orientimit të karrierës së nxënësve bazuar në bashkëpunim me sektorin privat për zhvillimin e këtyre aktiviteteve.

5.1 Përfitimet nga zhvillimi i Orientimit në karrierë në bashkëpunimin me sektorin privat.

Zhvillimi i aktiviteteve që lidhen me Orientimin e Karrierës në bashkëpunim me biznesin, mundëson përfitime të konsiderueshme, të tilla si:

- Njohje dhe informacion më i plotë lidhur me tregun e punës, pagave, aftësive praktike në pozicione konkrete pune etj.;
- Krijimi i avantazhit konkurrues i Institucionit nëpërmjet arritjes së përputhjes sa më të mirë e të plotë duke ndarë eksperiencat konkrete të bizneseve për një orientim edhe më të mirë mbi nevojën dhe kërkesën e nxënësve;
- Lehtëson kuptueshmërinë në komunitet të ofertës së AFP-së;
- Përforsim të vetëbesimit të nxënësve të AFP-së;
- Mundëson një tranzicion të lehtë të kalimit nga shkolla në punë.

5.2 Aktivitetet tipike të orientimit të karrierës me pjesëmarrjen e sektorit privat dhe aplikimi i hapave të sugjeruar

Organizimi i takimeve me bizneset për orientimin e nxënësve në klasat e 9-ta

(Ky aktivitet realizohet me praninë e bizneseve për të zhvilluar një orientim të studentëve sa mbështetur në informacione reale të tregut të punës. Në këtë mënyrë nxënësit pajisen me një informacion që i vjen edhe nga biznese funksionale mbi detajet se çfarë profilet dhe drejtimet specifike përcaktojnë, duke i lidhur ato me shembuj nga poste pune reale, qoftë edhe me përcaktimin e aftësive dhe kualifikimeve të nevojshme që nevojiten për to)

- Identifikimi i bizneseve që mund të marrin pjesë në orientimin e nxënësve të klasave të 9-ta;
- Dakordësimi me bizneset për të qenë pjesë e takimeve me nxënësit për orientimin e tyre në karrierë;
- Ndarja e informacionit që shkolla ka mbi katalogun dhe të tjerat me bizneset;
- Koordinimi dhe përcaktimi i kalendarit të aktiviteteve të orientimit në karrierë për nxënësit e shkollave 9-vjecare (caktimi i ditës, orarit, vendit i cili mund të jetë në biznes ose në shkollë etj. me të tre aktorët pjesëmarrës: nxënës të shkollës 9-vjecare-biznes-shkollë)
- Realizimi i aktivitetit me të tre pjesëmarrësit.

Organizimi i takimeve biznesin - nxënës përpara përzgjedhjes së profilit

(Përgjatë përzgjedhjes së profileve, aktiviteti i takimit nxënës- biznes është i rëndësishëm që nxënësit të kenë informacion sa më të plotë nga tregu real i punës e në këtë mënyrë ata do jenë të qartë për çdo profil të mundshëm që mund të ndjekin dhe të kuptojnë edhe më mirë çfarë nevojash ka nga tregu i punës për ato profile)

- Identifikimi i bizneseve potenciale për të ofruar informacion specifik mbi secilin profilin që shkolla mundëson;
- Dakordësimi me bizneset dhe koordinimi i aktivitetit mes aktorëve;
- Draftimi i materialeve që shkolla dëshiron të ndaj me nxënësit dhe ndarja e tyre paraprakisht me bizneset;
- Zhvillimi i takimeve nxënës-biznes në ambientet e shkollës.

Takimi i nxënësve maturantë me bizneset dhe orientimi për nevojat dhe kërkesat e tregut të

punës

(Në një nivel edhe më të lartë maturimi nga nxënësit e shkollave, takimet mes nxënësve dhe bizneseve në këtë fazë, mundësojnë një qartësim edhe më të madh për nxënësit mbi nevojat e tregut, dinamizmin e posteve të punës, pagave, kurrikulave universitare etj..)

- Identifikimi i bizneseve potenciale për të ofruar informacion mbi nevojën e tregut si edhe për të mundësuar punësime;
- Dakordësim dhe koordinim mes aktorëve për aktivitetin;
- Zhvillimi i takimeve biznes-nxënës me fokus punësimin apo dhe vijimin e studimeve universitare;

Shembuj

Në promovimin e këtij viti, **shkolla e Mesme Tregtare**, vendosi që takimin me klasat e 9-ta, ti realizonte së bashku me bizneset dhe ata të ndanin me nxënësit historitë e tyre në lidhje me industrinë që operojnë. Nëpërmjet organizimit të takimeve ndërmjet nxënësve të klasave të 9-ta dhe përfaqësuesve të ndryshëm të bizneseve, iu mundësua nxënësve një panoramë e mundësive dhe karrierave të ndryshme me qëllimin që të ndihmonte ata të kuptonin më mirë sektorët e ndryshëm dhe të fillonin të mendojnë për mundësitë e tyre të ardhshme. Në këtë mënyrë, nxënësit e klasave të 9-ta u pajisën me informacione reale që u mundësonte njohjen e nevojave të tregut dhe ndoshta u përgjigjej edhe pyetjes se pse ata duhet të punonin në këtë industri në të ardhmen.

Shkolla **“Kolin Gjoka”** në këtë vit ka konsideruar si element të rëndësishëm për orientimin në karrierë takimet që kanë mundësuar mes bizneseve partnere dhe prindërve të nxënësve të klasave 9-vjecare. Duke konsideruar informimin e prindërve mbi zhvillimet e industrisë, nevojave të tregut dhe informuar mbi bizneset me të cilat shkolla bashkëpunon, u bë e mundur një orientim dhe informim edhe më i plotë e i qartë edhe i vetë nxënësve.

Duke iu referuar intensiteti dhe dinamikës së zhvillimit të tregut të punës, nga shkolla **“Kristo Isak”** u pa e nevojshme që përveç orientimit të nxënësve që zhvillohet nga koordinatori i orientimit të karrierës, mësimdhënësve të praktikës profesionale, të përfshihej në këtë proces edhe biznesi në orientimin e përzgjedhjes së profileve mësimore sipas drejtimeve përkatëse. Kjo siguroi më shumë informacion të saktë, koherent dhe të besueshëm në mënyrë që nxënësit të bëjnë zgjedhjen e duhur.

Fillimisht për këtë proces u listuan 10 biznese potenciale për të zhvilluar takime me nxënësit dhe biznese ku nxënësit mund të shkonin për t’u njohur me postet e punës sipas profileve mësimore për çdo kualifikim profesional. U përzgjedhën 3 bizneset (1 për çdo profil: kuzhinë-pastiçeri, shërbime në hotel dhe restorant, dhe Kujdesi për fëmijë në drejtimin Shërbim-social-shëndetësor) që kanë qenë më bashkëpunuese, të cilët kanë në ngarkim edhe më shumë nxënës për praktikën profesionale dhe ofrojnë më shumë mundësi për zhvillimin e moduleve profesionale. Përfaqësuesit e biznesit realizuan takimet me nxënësit e klasave të XI-ta, në klasën e mësimin të kombinuar. Dy ditë më pas nxënësit vizituan bizneset përkatëse duke parë nga afër postet e punës dhe më pas të vijonin përzgjedhjen e profilit të tyre.

5.3 Indikatorët e suksesit

Indikatorët që ndihmojnë në matjen e suksesit të këtij procesi, duke ofruar një bazë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura dhe që lejojnë evidentimin e arritjeve dhe fushave që duhet të përmirësohen, shfaqen në tabelën e mëposhtme. Në tabelën e mëposhtme gjeni objektivat (targete) të sugjeruar për secilin indikator të përcaktuar për aktivitetet e funksionit të Orientimit në Karrierë të cilat ndihmojnë në përcaktimin e mëtejshëm të objektivave edhe në planin strategjik të institucionit AFP. Këto indikatorë dhe objektiva të mundshme ndihmojnë në matjen e suksesit lidhur me zhvillimin e aktiviteteve të Orientimit në Karrierë në bashkëpunim me bizneset:

| INDIKATORI | TARGET (i sugjeruar) |
|---|---|
| Realizimi i takimeve dhe përzgjedhja e profileve mësimore paraprake nga nxënësit | (Po/Jo) |
| Numri i nxënësve të klasave të 9-ta të takuara nga biznese. | Mbi 50% të nxënësve të kontaktuar nga shkolla. |
| Numri i takimeve biznes-nxënës në grupe për tu informuar mbi karakteristikat e profileve dhe drejtimeve | Minimumi 1 takim me bizneset të secilit profil që nxënësit mund të zgjedhin |
| Informimi i komunitetit të prindërve dhe bizneseve për profilet që nxënësi ka zgjedhur. | (Po/Jo) |
| Nxënës të punësuar, pas takimeve për punësime me biznese | Mbi 50% të nxënësve të punësuar |

5.4 Hapat për zhvillimin e orientimit të karrierës me përfshirjen e sektorit privat.

Në diagramën e mëposhtme është përmbledhur i gjithë procesi i orientimit në karrierë i cili ndiqet në bashkëpunim me sektorin privat. Në këtë diagramë janë paraqitur hapat, periudha e zhvillimit dhe personat përgjegjës.



- Si në çdo funksion tjetër, hapi fillestar i tij konsiderohet **planifikimi fillestar i aktiviteteve nëpërmjet identifikimit të bizneseve potenciale**. Sa konsideruar roli që aktivitetet kanë në gjithë zhvillimin e karrierës së nxënësve është e nevojshme që të identifikohen biznese me potenciale për të dhënë informacione të plota mbi paraqitjen e thjeshtëzuar të realitetit të tregut të punës në sytë e nxënësve.
- Më tej **shkolla** duhet të **koordinojë aktivitetet mes aktorëve** të përfshirë dhe gjithashtu të **ndërtoj materiale që do të dëshirojë të ndajë në këto aktivitete** duke nisur që më draftimin e disa materialeve përmbledhës që mund t’iu vërë në dispozicion bizneseve që do të përfshihen në këto aktivitete.
- Pasi është dakordësuar për praninë e bizneseve dhe mbi çështjet që mund të zhvillohen në takime, shkolla duhet të **detajoj aktivitetet duke i reflektuar ato me përcaktimin e një kalendari takimesh, vendndodhjes ku këto takime do të zhvillohen si edhe detajeve të tjera** të mundshme.
- Së fundmi procesi **finalizohet me zhvillimin e aktiviteteve** (Realizimi i takimeve mes nxënësve të shkollave 9 vjeçare dhe bizneseve në shkolla apo në vizita pranë bizneseve, takimet mes nxënësve që do të zgjedhin profilet dhe bizneseve apo edhe takimeve mes nxënësve të shkollës dhe bizneseve për të kuptuar më tepër për tregun e punës dhe për tu pozicionuar më pas në vende pune.)

5.5 Instrumente mbështetës

Për të ardhur në ndihmë në realizimin e aktiviteteve që lidhen me Orientimin në Karrierë, sipas hapave të sugjeruara, më poshtë janë vendosur disa mjete ndihmëse (instrumente), të cilët rekomandohen që të vihen në përdorim.

- Përshkrimet e Karrierës (mundësitë dhe postet e punës që realizohen) për Drejtimet e shkollës;
- Profilet e Kompanive me të cilat bashkëpunojnë;
- Lista e kompanive partnere (që i përkasin drejtimeve të shkollës);

46

- Letër informuese me të dhëna mbi drejtimet/profilet për prindërit dhe kompanitë.
- Format përmbledhës i të dhënave nga gjurmimi i nxënësve;
- Format përmbledhës i të dhënave nga praktikantët në biznes.

Sugjerime:

- Fillimi i takimeve dhe ekspozimi i shërbimit të AFP-së në bashkëpunim me bizneset në nxënësit e shkollave 9-vjecare në kohë më të hershme, duke filluar me takimet orientuese nga klasat e 6-7.
- Të konsideroni edhe organizimin e vizitave në biznes me nxënësit e shkollave 9-vjecare pasi në këtë mënyrë ata ekspozohen edhe me tepër me pozicionet e punës jo vetëm me anëtarët e biznesit.
- Konsideroni të bëni pjesë të takimeve ato biznese që kanë personel me aftësi motivuese dhe shpjeguese sa më të mira në mënyrë që aktiviteti të përmbushë qëllimin thelbësor. Në rastet kur mund të identifikoni biznese të papërshtatshme për këto aktivitete do të duhet të mos i konsideroni për të njëjtën natyrë aktiviteti në vazhdimësi.

5.6 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Orientimin në Karrierë

Në këtë paragraf po rendisim më poshtë disa sfida që konsiderohen mbi fushën e bashkëpunimit të Orientimit të Karrierës:

- Orientimi i bizneseve kryesisht në objektivat afatshkurtra.
- Aftësitë e bizneseve për të reflektuar nevojat e tregut në diskutimet me nxënësit.
- Përshtatja e kohës së bizneseve me orarin dhe periudhën që nxënësit kanë nevojë të kenë informacion mbi vendimmarrjet e tyre.

VI. Projektet

Sipas përkufizimit të PMBOOK⁶, një projekt përcaktohet si një përpjekje e përkohshme e ndërmarrë për të krijuar një produkt ose shërbim unik, përgjithësisht të ri ose të përmirësuar, kryesisht drejtohet nga një menaxher projekti që siguron arritjen e objektivave dhe ndarjen e qartë të roleve dhe përgjegjësi të të gjithë atyre që marrin pjesë në të dhe gjithashtu projekti kërkon burime financiare dhe njerëzore në afatet e mirëpërcaktuara.

Konkretisht një projekt që zhvillohet nga ofruesit e AFP-së, i referohet një serie aktivitete të koordinuara dhe të ndërmarrë për një qëllim të caktuar në përputhje me misionin, vizionin dhe prioritetet strategjike të institucionit. Ai menaxhohet nga Koordinatorin për Zhvillimin e Projekteve në Njësinë e Zhvillimit në bashkëpunim me stafin pedagogjik dhe drejtues të institucionit si edhe ka kosto që mund të mbulohen nga vetë institucioni ose të financohen nga donatorë përmes granteve apo nga biznesi përmes sponsorizimit, apo nga palë të tjera, në bazë të një marrëveshjes specifike me IOAFP-në dhe në përputhje me legjislacionin përkatës.

Sa më sipër, shkollat mund të konsiderojnë projektet për përmbushjen e qëllimeve të tyre mbi zhvillimin e disa prej aktiviteteve, nëpërmjet përfitimeve të fondeve nga palët e treta apo edhe ekspertizave të mundshme në sajë të bashkëpunimit në projekte me biznese dhe institucione të ndryshme.

6.1 Përfitimet nga procesi i zhvillimit të Projekteve në bashkëpunim me sektorin privat

Bashkëpunimi apo përfshirja e bizneseve në aplikimin dhe zhvillimin e projekteve është me vlerë të shtuar për shkollën AFP. Në tërësi, ky bashkëpunim mundëson zhvillimin e shumë fushave apo realizimin e nevojave të rëndësishme, lidhur me:

- Investimet në infrastrukturë, pajisje dhe mjete mësimore.
- Krijimi ose azhurnimi i kurrikulave në përputhje me nevojat e sektorit privat dhe standardet e industrisë.
- Mbështetje për zhvillimin profesional të mësuesve / instruktorëve / trajnuesve të AFP-së.
- Zhvillimi i aftësive specifike teknike ose të buta ose përshtatja e aftësive me kërkesat e tregut.
- Shkëmbime midis shkollave, nxënësve dhe stafit pedagogjik.
- Krijimi i aktiviteteve të ndryshme me qëllim mbështetjen e komunitetit dhe promovimin e shkollës.

Financimi i projekteve është i mundur nga donatorë të ndryshëm, institucione mbështetëse të AFP, ose nga vetë sektori privat. Në disa raste, projektet mundësojnë përfitim të drejtpërdrejtë

⁶ Përkufizimet bazohen në PMBOK të Institutit të Menaxhimit të Projektit. Për më tepër <https://www.pmi.org/>

edhe për bizneset bashkëpunuese, nëpërmjet incentivave të formave të ndryshme.

Projekti “Aftësi për punë”, për të ardhur në ndihmë të AFP-së për aplikim dhe zhvillim të projekteve ka ndërtuar udhëzuesin “Zhvillimi dhe menaxhimi i projekteve”, për një informacion më të detajuar e aksesoni në linkun e vendosur më poshtë⁷.

6.2 Indikatorët e suksesit

Indikatorët ndihmojnë në matjen e suksesit të aktiviteteve, duke ofruar një bazë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura, duke lejuar identifikimin e arritjeve dhe fushave ku duhet përmirësuar. Objektivat (target) të sugjeruar për secilin indikator ndihmojnë gjithashtu në përcaktimin e mëtejshëm të objektivave në planin strategjik të institucionit AFP.

Disa indikatorë dhe objektiva të mundshme që ndihmojnë në matjen e suksesit lidhur me zhvillimin e Projekteve në bashkëpunim me bizneset janë:

| INDIKATORI | TARGET (i sugjeruar) |
|---|---|
| Numri i projekteve të aplikuara/zhvilluara në bashkëpunim me biznesin ose për të cilat është marrë koment, rekomandim apo ndihmë nga bizneset | >30% e projekteve të aplikuara/zhvilluara |
| Numri i bizneseve të gatshme për bashkëpunim në projekte | >30% e bizneseve që janë ftuar në bashkëpunim |
| Numri i bizneseve me të cilat është bashkëpunuar për aplikim/zhvillim projekti | >50% e bizneseve të gatshme për bashkëpunim (Varion sipas rastit) |

6.3 Procesi i realizimit të Projekteve në bashkëpunim me bizneset

Në diagramën e mëposhtme është përmbledhur procesi i realizimit të projekteve në bashkëpunim me sektorin privat. Në këtë diagramë janë paraqitur hapat, periudha e zhvillimit dhe personat përgjegjës.

⁷ Udhëzues për zhvillimin dhe menaxhimin e projekteve. <https://skillsforjobs.al/wp-content/uploads/2020/09/UDHEZUES-PER-ZHVILLIMIN-DHE-MENAXHIMIN-E-PROJEKTEVE.pdf>

| | | |
|----------|---|-----------------------------------|
| 1 | Identifikimi i fushave te perbashketa per projekte Periudha: Shtator -Qershor | Drejtuesi i Shkolles KP KMB |
| 2 | Aplikimi per projektete Periudha: Shtator -Qershor | KP Drejtuesi i Shkolles KMB |
| 3 | Implementimi i projekteve Periudha: Shtator - Qershor | Drejtuesi i shkolles KP KMB |

- **Identifikimi i burimeve të mundshme të financimit**, i cili fillon me kërkimin e thirrjeve të reja për aplikime konsiderohet si hapi fillestar për nisjen e një projekt propozimi. Në këtë fazë Koordinatori i Projektit në Njësinë e Zhvillimit bashkë me drejtuesin e institucionit, pasi kanë konsideruar thirrjet dhe kanë parë një përputhshmëri të aktiviteteve që mund të ndërmarrin në bazë të projekteve që mund të zhvillojnë në këtë thirrje konsiderojnë për të vijuar në hapin e radhës, lidhur me identifikimin e bizneseve të mundshme për bashkëpunim.
- Duke konsideruar natyrën e thirrjes për aplikim dhe kriteret e thirrjes së projektit, nga KMB dhe KP **identifikohen disa fusha të mundshme për bashkëpunim me bizneset si edhe bizneset potenciale** për këto bashkëpunime.
- Pasi janë evidentuar bizneset e mundshme për të qenë pjesë e projekteve, vijohet me **diskutimin nga afër me biznesin, të cilit i prezantohet thirrja për t'u familjarizuar edhe më tepër me objektivat, përfitimet dhe kriteret e projektit.**
- Mbas familjarizimit të biznesit me thirrjen e aplikimit dhe dakordësisë për të qenë pjesë e një aplikimi, **përcaktohen bashkërisht me biznesin detyrat e secilës palë**, dhe dakordësohen kontributet e secilës palë.
- Pasi të jenë qartësuar aktivitetet dhe kontributet, duhet të **përmbillet faza e aplikimit për projekt me shkrim të aplikimit.**
- Me shpalljen e statusit “fitues” mbi aplikimin e kryer vijohet me **ndarjen e qartë të detyrave dhe përgjegjësi për secilën palë dhe anëtar.** Në këtë fazë mirëpërcaktohet kontributi i biznesit, përcaktohen aktivitetet në të cilat duhet të jetë pjesë, afatet kohore brenda së cilës duhet të përmbushen detyrat si edhe produktet apo shërbimet finale të realizuara nga projekti për të cilat duhet të kontribuojnë të gjithë palët.
- Në përmbyllje të të gjithë procesit palët duhet të jenë të ndërgjegjshëm dhe disponibël që nëse nga ta do të kërkohet ndonjë element vërtetues nga auditimi final i projektit, ta mundësojnë atë në kohë pasi në këtë mënyrë përmbillet me sukses i gjithë procesi.

Shembuj

Shkolla e Mesme Tregtare ka fituar dhe realizuar një sere projektesh ku vëmendjen kryesor e kanë marrë mobilitetet e mësuesve dhe nxënësve brenda vendit por edhe në vendet e Ballkanit perëndimor, si dhe vende europiane, por së fundmi projekti i cili është fituar në bashkëpunim me bizneset është granti i fituar nga RCF (Regional Challenge Fund). Procesi filloi me një analizë të thellë të nevojave të tregut dhe kërkesave të industrisë, për të identifikuar fushat ku niveli i pestë do të kishte ndikimin më të madh. Pjesëmarrësit në këtë fazë përfshinë ekspertë të industrisë, mësues dhe përfaqësues të biznesit lokal. Ata krijuan një plan të detajuar për përmbajtjen e kursit dhe strukturën e tij, duke u bazuar në standardet ndërkombëtare dhe nevojat specifike të sektorit përkatës. Sfidat për të përfunduar me sukses aplikimin kanë qenë të shumta por me këmbëngulje dhe dëshirën e mire të stafit si edhe durimin e konsorsiumeve dhe bizneseve të cilët kanë dhënë ndihmesën dhe kontributin maksimal në aplikimin e këtij projekti u mundësua që shkolla të jetë fituese. Së fundmi shkolla pret fillimin e zbatimit të këtij projekti që konstaton në pajisjen e klasave me teknologji moderne dhe materiale didaktike të avancuara, trajnimin e mësuesve në bashkëpunim me ekspertë kombëtar dhe ndërkombëtarë dhe krijimin e klasave për zhvillimin e kurseve të avancuara ku përfshijnë aspekte praktike dhe teorike.

Një shembull i suksesshëm i një projekti të implementuar në shkollën “Hamdi Bushati” është zhvilluar në bashkëpunim me Kompaninë Albacademy dhe GIZ Albania me qëllim nxitjen e aftësive sipërmarrëse të rinjtë për krijimin e Startup-eve. Në këtë projekt morën pjesë rreth 20 nxënës të klasave dhe drejtimeve të ndryshme të cilët u trajnuar për 10 javë rresht në nxitjen e aftësive sipërmarrëse si dhe krijimin e startup-eve. Projekti u finalizua me një konkurs “Duel of young entrepreneurs” në të cilin u prezantuan 10 ide biznesi dhe në fund u ndanë çmime për idetë më të mira të nxënësve.

6.4 Instrumente mbështetës

Për të ardhur në ndihmë në realizimin e Projekteve të suksesshëm, më poshtë janë vendosur dy instrumente të cilat rekomandohen që të vihen në përdorim për t’ju lehtësuar procesin dhe për ta strukturuar paksa atë.

- Listë e projekteve - Identifikimi i projekteve dhe bizneseve mbështetëse;
- Njoftim - ftesë për bashkëpunim në projekt.

Sugjerime:

- Konsideroni për të bërë rifreskim të listës së thirrjeve në mënyrë të herëpashershme që të mos humbni mundësitë e thirrjeve të reja që shfaqen. Sugjerohet që të jetë një kohe e dedikuar për rifreskimin e thirrjeve të paktën 2 orë në javë.
- Selektimi i bizneseve në fazën e projekt propozimit duhet të jetë i kujdesshëm në mënyrë që të ketë një përputhje të lartë të interesit që biznesi mund të ketë me aktivitete që mund të mbështeten nga thirrjet e shpallura. Suksesi i konsorciumit është i lidhur ngushtësisht me interesa që kanë përputhshmëri të lartë. Gjithashtu, mundohuni të bashkëpunoni me biznese që kanë eksperiencë të mëparshme të suksesshme në aplikim dhe zhvillim projektesh.
- Përpiquni të keni ndarje të qarta të detyrave dhe përgjegjësi për çdo aktivitet të planifikuar në shkrimin e aplikimit të projektit.

Për të garantuar suksesin e projektit dhe për të minimizuar rrezikun e dështimit të projektit, një rol të rëndësishëm në të luan përfaqësuesi i biznesit i cili do të ndjek procesin e implementimit të projektit dhe Menaxheri i Projektit. Të dy bashkërisht do të mund të:

- garantojnë përputhshmëri midis përparësive strategjike të shkollës dhe funksionit bazë të biznesit me aktivitetet e projektit;
- sigurojnë që ka një arsyetim strategjik për hartimin e projektit pra që ai i vlen shkollës,
- mësuesve, nxënësve, prindërve, biznesit dhe komunitetit;
- përmirësojnë cilësinë e punës së projektit dhe aktiviteteve që do të ndiqen në të;
- sigurojnë që burimet njerëzore, financiare dhe materiale përdoren në një mënyrë efektive dhe efikase sipas marrëveshjes së grantit, marrëveshjes së konsorciumit, rregullave të shkollës dhe legjislacionit përkatës;
- sigurojnë që projekti të zbatohet në mënyrë transparente dhe të përgjegjshme.

6.5 Praktika të mira

Shkolla Kristo Isak, Berat

Një nga rastet e suksesit në zhvillimin e projekteve për shkollën Kristo Isak, në Berat, ka qenë aplikimi dhe shpallja si fitues i mbështetjes nga Fondi Rajonal i Sfidave (Regional Challenge Fund – RCF), në thirrjen e parë të hapur.

Projekti konsiston në mbështetjen e shkollës kryesisht për përmirësimin e infrastrukturës dhe plotësimin me pajisje dhe mjete pune për ofrimin e plotë të programeve të trajnimit në shkollë, si në aspektin teorik dhe në atë praktik. Për të aplikuar në këtë thirrje dhe rrjedhimisht për t'u shpallur fitues, nevojitej edhe bashkëpunimi i ngushtë me sektorin privat.

Pasi shkolla u njoh me mundësinë për mbështetje nga RCF, nëpërmjet thirrjeve të hapura online dhe sesioneve informuese online, Kristo Isak përcaktoi personat (grupin e punës) për iniciimin e procesit dhe aplikimin në thirrje. Grupi i punës përbëhej nga drejtori i shkollës, koordinatori e projekteve dhe koordinatori për marrëdhënien me biznesin. Pasi u konsideruar kriteret paraprake, grupi i punës përcaktoi një plan të shpejtë pune dhe ndarjen e detyrave, duke u siguruar që të zbatoheshin afatet. Gjithashtu, grupi i punës evidentoi disa biznese potenciale, për mbështetje në aplikimin në projekt. Pasi u kontaktuan dhe u informuan rreth kësaj mundësie, Kristo Isak arriti të bashkëpunojë me 4 biznese lider në zonën e Beratit, të cilët ndihmuan në procesin e aplikimit dhe ofrimin e informacionit dhe dokumentacionit të kërkuar nga RCF.

Bizneset partnere kanë dhënë kontributin e tyre në vijim, për përcaktimin e nevojave të Kristo Isak për pajisje dhe me sugjerime për zhvillimin e programit të trajnimit, bazuar në kërkesat e projektit, gjatë fazës së zhvillimit të projektit. Gjithashtu, bizneset partnere morën pjesë në aktivitetet e organizuara nga Kristo Isak, me pjesëmarrjen e përfaqësuesve të Fondit Rajonal të Sfidave. Kristo Isak ka informuar bizneset në ecurinë e projektit dhe është në pritje të realizimit të punimeve infrastrukturore dhe pajisjen me mjetet e nevojshme për plotësimin e klasave dhe laboratorëve.

6.6 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Zhvillimin e Projekteve

Në këtë paragraf po rendisim më poshtë disa sfida që konsiderohen mbi fushën e bashkëpunimit të Zhvillimit të Projekteve.

- Orientimi i bizneseve kryesisht në objektivat afatshkurtra.
- Mungesa e eksperiencës së bizneseve në shkrimin e projekt propozimeve.
- Mungesa e eksperiencës së stafit të ofruesve të AFP-së për shkrimin e projekt propozimeve
- Identifikimi i bizneseve të përshtatshme për thirrjet specifike apo për përfitimin e fondeve të caktuara.

VII. Pjesëmarrja aktive e biznesit në vendimmarrjen e AFP-së

Bordi Drejtues i ofruesve publikë të AFP-së është një organ kolegjal, i cili merr vendime për drejtimin e përgjithshëm strategjik, planifikimin e përgjithshëm dhe përdorimin e burimeve njerëzore, financiare, materiale e fizike dhe mbështetjen e aktivitetit të administrimit të ofruesve publikë të AFP-së, në përputhje me legjislacionin e zbatueshëm.

Bordi ka në përbërjen e tij: dy përfaqësues të sektorit privat që lidhet me profilin e institucionit të AFP-së; një përfaqësues të njësisë arsimore vendore; një përfaqësues të këshillit të qarkut, që mbulon institucionin arsimor publik; një përfaqësues të zyrës rajonale/vendore të punësimit; një përfaqësues të personelit mësimdhënës të institucionit publik dhe një përfaqësues nga nxënësit e shkollës.

Kriteret për pjesëmarrësit, organizimin dhe funksionimin e Bordit Drejtues të ofruesve publikë të AFP-së përcaktohen me udhëzim të ministrit përgjegjës për AFP-në si edhe kryetari i Bordit zgjidhet një prej anëtarëve përfaqësues të sektorit privat⁸.

7.1 Hapat që na shërbejnë për një përfaqësim aktiv të sektorit privat në Bordin Drejtues të shkollës.

Duke konsideruar përfaqësues të sektorit privat në vendimmarrjen e shkollave profesionale mundësohet një lidhje edhe më e mirë shkollës me nevojat e tregut dhe njëkohësisht kjo gjë rrit dhe relevancën e reputacionit të shkollës në komunitet.

- Fillimisht për të themeluar apo ndërruar Bordin Drejtues, nga Drejtuesi i Institucionit, duke u mbështetur në informacionet që stafi i shkollës që bashkëpunon më tepër me bizneset ka, **inicihet një evidentim i të gjithë bizneseve që kanë potencial për të qenë pjesë e Bordit Drejtues të shkollës** dhe i **dërgohet një ftesë** për të qenë pjesë e një takimi të organizuar në të cilin do të diskutohet më tepër mbi Bordin Drejtues të shkollës.
- Nën drejtimin e drejtuesit të institucionit, **bizneset e ftuara, pajisen me informacion mbi funksionet dhe kontributet e Bordit të shkollës** si edhe u shprehet atyre mundësia për të qenë pjesë e këtij bordi.
- Sa konsideruar rolin dhe funksionet që përfaqësuesit e bizneseve do të kenë në Bordin Drejtues të shkollës, bizneset dhe drejtuesi i institucionit dakordëson mbi **përcaktimin e përfaqësuesit të biznesit në Bordin Drejtues** të shkollës.
- Pasi janë qartësisht të njohur të gjithë anëtarët e Bordit Drejtues, **bëhet e qartë mënyra sesi ky bord do të funksionoj** dhe nën iniciativën e Drejtuesit të

⁸ Neni 13, “Bordi Drejtues i ofruesve publikë të AFP-së”, Ligji Nr. 15/2017 Për Arsimin dhe Formimin Profesional në Republikën e Shqipërisë.

Institucionit, anëtarët e bordit marrin ftesat dhe çështjet e menduara paraprakisht për tu diskutuar në çdo mbledhje.

- Në çdo mbledhje, diskutimet e zhvilluara përmbledhen në një raport të shkurtër dhe **çdo dokument i prodhuar nga bordi nënshkruhet** nga anëtarët pjesëmarrës.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | | |
| Formimi dhe Konstituimi i Bordit Drejtues | | |
| <p>Drejtuesi i Shkolles</p> <p>Ftese per perfaqesuesit potencial nga bizneset</p> <p>Periudha: Shtator - Qershor</p> | <p>Drejtuesi i Shkolles</p> <p>Diskutime per anetaresim dhe funksionimin e Bordit</p> <p>Periudha: Shtator - Qershor</p> | <p>Drejtuesi i Shkolles</p> <p>Miratim dhe krijim i Bordit</p> <p>Periudha: Shtator - Qershor</p> |
| 2 | | |
| Funksionimi i Bordit Drejtues | | |
| <p>Drejtues i shkolles</p> <p>Informim per menyren e funksionimit te Bordit</p> <p>Periudha: Shtator -Qershor</p> | <p>Drejtues i shkolles</p> <p>Ftesa dhe agjende per mbledhjet e Bordit</p> <p>Periudha: Shtator -Qershor</p> | <p>Drejtues i shkolles</p> <p>Nenshkrim i dokumentave te prodhuara</p> <p>Periudha: Shtator -Qershor</p> |

7.2 Indikatorët

Disa indikatorë që ndihmojnë në veprimtarinë e zhvilluar nga Bordi Drejtues:

- Numri i mbledhjeve të zhvilluara;
- Vendimet e marra nga Bordi të cilat janë vënë në zbatim.

7.3 Instrumentet

Për të ardhur në ndihmë në ngritjen e një Bordi Drejtues me përfaqësues nga bizneset rekomandohen që të vihen në përdorim mjetet ndihmëse (instrumentet) e mëposhtëm:

- Ftesa për të marrë pjesë në përzgjedhjen e përfaqësuesve të Bordit Drejtues;
- Paketë informuese mbi funksionimin dhe rolin e Bordit Drejtues të shkollës, ku fokusi i informacionit përmbledhës të jetë në kontributin që kanë përfaqësuesit e biznesit.
- Axhendë për mbledhjet e Bordit Drejtues.

Sugjerime:

- Përtej dëshirës për të vendosur si pjesë të Bordit Drejtues, përfaqësues nga bizneset e mëdha e që kanë më tepër influencë në komunitet, shkolla duhet të konsideroj vullnetin dhe kohën disponibël të përfaqësuesit të biznesit për të qenë pjesë aktive e diskutimeve dhe vendimeve të marra.
- Ti jepet një rëndësi e veçantë përcjelljes së ftesës tek bizneset, për pjesëmarrje në përzgjedhje të Bordit Drejtues. Në këtë formë ata do të mund të konsiderojnë se kjo është edhe një formë vlerësimi nga shkolla për marrëdhënien e përbashkët.
- Vendimet e marra nga Bordi Drejtues i shkollës të jenë sa më transparente dhe vizuale për të gjithë aktorët e përfshirë (Nxënësit, mësuesit, prindërit dhe bizneset që kanë marrëdhënie bashkëpunimi)

****Shënim:** shembull për funksionimi e suksesshëm të Bordit Drejtues me pjesëtar nga përfaqësuesit e sektori privat të konsiderohet shembulli i vendosur në kapitullin e konsultimit të ofertës.

7.4 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Bordin Drejtues

Në këtë paragraf po rendisim më poshtë disa sfida që konsiderohen mbi bashkëpunimin biznes - AFP në të qenit të biznesit të përfshirë në autoritetin e vendimmarrjes së AFP-së.

- Orientimi i bizneseve kryesisht në objektivat afatshkurtra.
- Ritmi i ndryshëm i shpejtësisë së veprimit të aktorëve.

VIII. Sponsorizimet

Sponsorizimet janë akte të mbështetjes së një organizate, ngjarjeje ose personi financiarisht ose nëpërmjet ofrimit të produkteve dhe/ose shërbimeve (mbështetje në natyrë). Kompania, individi ose grupi që ofron mbështetjen, njihet si sponsori dhe përfituesi në këtë mbështetje njihet si i sponsorizuari.

Gjatë viteve të fundit është vënë re se arsimi profesional ka fituar terren me rritjen e investimeve publike në AFP si edhe donacionet e mundësuar për të nga donatorët e huaj. Gjithsesi, rritja e financimit publik dhe financimit nga donatorët nuk mund të përmbushë të gjitha nevojat për modernizimin e sistemit dhe as të plotësojë kërkesën e sektorit privat për një forcë punëtore që ecën me ritmet e zhvillimit të një industrie të caktuar. Kështu në disa raste mund të përballemi me: laboratorë të vjetruar apo jo-funksionalë; ndonjëherë mund të kemi fonde të kufizuara për blerjen e materialeve për mësimin e praktikës; klasat e mësimin mund të jenë me kushte jo shumë të mira; makineritë specifike mund të kërkojnë mirëmbajtje dhe azhurnime profesionale, etj. Në përballje të këtyre rasteve, një mundësi që duhet të konsiderojmë është mbështetja nga sektori privat nëpërmjet një sponsorizimi, duke krijuar me ta partneritete strategjike që mundësojnë zhvillimin e mëtejshëm të palëve.

Në terma të përgjithshëm, sponsorizimi nga sektori privat nënkupton një bashkëpunim strategjik që siguron burime të vlefshme për zhvillimin e shkollave AFP. Këto burime përfshijnë financime për projekte inovative, mundësi për trajnime profesionale të mësuesve, dhe krijimin e lidhjeve të ngushta me industrinë. Kjo ndihmon në përgatitjen më të mirë të nxënësve për kërkesat e tregut të punës, duke i bërë ata më konkurrues dhe të gatshëm për sfidat profesionale. Përfitimi i sponsorizimeve nga sektori privat mund të konsiderohet si një nga arritjet më të mëdha të një shkolle AFP.

8.1 Përfitimet mbështetja e sektorit privat me sponsorizime

Sponsorizimi i realizuar nga bizneset mundëson një sërë avantazhesh si:

- ✓ Përmbushja e nevojave apo mungesave të ofruesve të AFP-së;
- ✓ Ndërton marrëdhënie afatgjata mes shkollës dhe biznesit;
- ✓ Përfitimi i hapësirave reklamuese për të dy palët;
- ✓ Krijon reputacion të mirë në komunitet dhe rrit imazhin e shkollës. etj

Gjithashtu vlen të theksohet se në ditët e sotme bizneset përtej objektivit kryesor të tyre që është fitimi, po ndjekin një sërë objektivash sa konsideruar edhe interesat e komuniteteve që ata shërbejnë. Kështu sponsorizimi i ndihmon organizatat që t'i pasqyrojnë këto interesa më të gjera të komunitetit dhe të sigurojnë disa përfitime që mund të lidhen me Reklamimin; Komunikimin e vlerave të tyre, Shënjestrimin, Ndërtimin e marrëdhënive të mira si edhe të shpалosin mikpritjen e tyre në komunitetin e gjerë.

8.2 Indikatorët e suksesit

Indikatorët ndihmojnë në matjen e suksesit të aktiviteteve, duke ofruar një bazë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura, duke lejuar identifikimin e arritjeve dhe fushave ku duhet përmirësuar. Objektivat (target) të sugjeruar për secilin indikator ndihmojnë gjithashtu në përcaktimin e mëtejshëm të objektivave në planin strategjik të institucionit AFP.

Disa indikatorë dhe objektiva të mundshme që ndihmojnë në matjen e suksesit lidhur me procesin e konsultimit të ofertës në bashkëpunim me bizneset janë:

- Sa çështje janë sponsorizuar nga lista e nevojave që ka shkolla;
- Numri i bizneseve që shprehin vullnetin për tu konsideruar si sponsorizues;
- Numri i bizneseve që mundësojnë sponsorizim.

| INDIKATORI | TARGET (i sugjeruar) |
|---|---|
| Nevojat e shkollës për sponsorizim të identifikuar | Po, lista e nevojave e përpiluar |
| Numri i bizneseve të cilët është bërë kërkesa për sponsorizim | Të paktën 1 biznes për secilën nevojë për sponsorizim |
| Numri i bizneseve që kanë sponsorizuar në shkollë | Varion sipas rastit |
| Numri i bizneseve që kanë sponsorizuar vazhdimisht (më shumë se një herë) | Minimumi 10% e bizneseve në që kanë sponsorizuar në total |

8.3 Procesi dhe hapat e sponsorizimit nga bizneset

Në diagramën e mëposhtme është përmbledhur procesi i Sponsorizimit nga sektori privat. Në këtë diagramë janë paraqitur hapat, periudha e zhvillimit dhe personat përgjegjës.



58

- Si hap i parë për procesin e sponsorizimit konsiderohet **identifikimi i nevojave dhe boshllëqeve që shkollat mund të evidentojnë të pambuluara financiarisht**, në fillimin e vitit akademik, në periudhën Shtator-Nëntor. Në këtë fazë është mirë të ndërtohet një listë me të gjitha nevojat që evidentohen duke i renditur ato sipas rëndësisë.
- Pasi kemi të qarta nevojat e mirëpërcaktuara nga Drejtuesi i institucionit, i cili ka një pamje holistike të situatës së institucionit në tërësi, vijohet me **evidentimin e aktiviteteve apo edhe elementëve që mund të planifikohen të përmbushen nëpërmjet sponsorizimit**.
- Pasi janë të qarta aktivitetet apo elementët specifik për të cilat kemi nevojë, KMB, në bazë të informacioneve të përgjithshme që ka mbi bizneset me të cilat shkolla ka bashkëpunim apo edhe biznese me potencial për të ardhmen **zhvillon takime me kompanitë për të identifikuar mundësitë dhe dëshirën e tyre për sponsorizimin e nevojave** të shkollës. Kërkesat/pyetësorët për mundësi sponsorizimi mund të dërgohen edhe online ose në adresat e emailit të bizneseve të ndryshme potenciale.
- Nëse këto hapa paraprakë evidentojnë biznese potencial që shprehin dëshirën për të sponsorizuar nevojat e paraqitura nga shkolla, procedojmë me **ndërtimin e planit të sponsorizimit dhe vënien e tij në zbatim** i cili ndiqet nga Drejtuesi i Institucionit.

8.4 Instrumente mbështetës

Për të ardhur në ndihmë në realizimin e Sponsorizimit të suksesshëm, më poshtë janë vendosur disa mjete ndihmese (instrumente), të cilat rekomandohen që të vihen në përdorim.

1. Listë e nevojave - Identifikimi i nevojave për sponsorizim;
2. Regjistër i sponsorizimeve (të realizuara ndër vite)
3. Pyetësor për bizneset lidhur me mundësinë për sponsorizim
4. Shembull Kërkesë për sponsorizim
5. Sugjerime lidhur me identifikimin dhe hapat e sponsorizimit

Sugjerime:

- Shkollat duhet të kenë gjithmonë parasysh që niveli i mirënjohjes që u ofrohet sponsorëve duhet të jetë në përputhje me nivelin e sponsorizimit.
- Ofruesi i AFP-së duhet të jetë i kujdesshëm në përzgjedhjen e bizneseve të mundshëm për sponsorizim, duke konsideruar qëllimin primar të shkollës si edhe imazhin dhe reputacionin në komunitet që ka sponsorizuesi.
- Mundohuni të siguronit një transparencë të plotë mbi sponsorizimet e mundshme me të gjithë aktorët.
- Hulumtoni dhe identifikoni bizneset që kanë interes për sponsorizim në edukim, forcë punëtorie dhe komunitet. Eksploroni bizneset partnere, pjesëtarët e bordit të shkollës, biznese që angazhohen në përgjegjësinë sociale të korporatës etj. Shfrytëzoni rrjetin e ish-nxënësve që janë në pozicione të rëndësishme në kompani të ndryshme apo që ushtrojnë aktivitetin/biznesin e tyre.

8.5 Mini praktika të mira

Shkolla Teknike Ekonomike Tiranë (SHTET) në periudhën e aktiviteteve promovuese u gjend në përfundimin e disa prej materialeve promovuese si fletëpalosjet, katalogët, stilolapsat me logo etj. Edhe pse shkolla disponon elementët e dizajnit dhe brandimit duhet të gjenin një sponsorizues për të pasur një sasi materialesh të nevojshme në dispozicion për aktivitetet që zhvillohen për të pajisur pjesëmarrësit me këto produkte promovuese. Përball kësaj nevojë shkolla adresoj një kërkesë në bizneset potenciale për ta përmbushur këtë nevojë.

Një sponsorizim i finalizuar nga bizneset në këtë shkollë është edhe rasti I konkursit të “Inovatorëve të së ardhmes” I zhvilluar në ditët e dyerve të hapura, ku disa prej bizneseve bashkëpunuese pranuan të ishin pjesë e jurisë vlerësuese për nxënësit pjesëmarrës dhe të ofronin disa çmime stimuluese në vlerë monetare, intershipe, etj

Shkolla Tregtare, Vlorë në periudhën e aktivitetit të dyerve të hapura në vitet e mëparshme ka hasur vështirësinë nga mungesa e transportit të nxënësve të klasave të 9-ta, për të vizituar nga afër shkollën Tregtare. Në këtë mënyrë këtë problematikë të shfaqur e diskutuan me disa prej bizneseve që kanë marrëdhënie bashkëpunimi si Restorant Pulëbardha, Restorant Joni, Regina Group, Hotel-Restorant Paradise etj. të cilat në vitin akademik (2023/2024) i mundësuan financimin e transportit të disa prej klasave të 9-ta për të vizituar në këtë mënyrë nga afër ambientet e shkollës Tregtare.

Shkolla “Hamdi Bushati”, Shkodër në morinë e pajisjeve dhe makinerive që disponon në laboratorët e saj ka edhe një hekur profesional që ndihmon në procesin e zhvillimit të orës mësimorë në laboratorin e Konfeksionit. Hekuri pas një përdorimi të caktuar kërkon nevojën për të ndërhyrë për mirëmbajtje, shërbim ky që i mundësohet shkollës nga një profesionist i fushës për ta mirëmbajtur e bërë hekurin sërish funksional.

Shkolla “Kolin Gjoka”, Lezhë në mungesë të ambientit të laboratorit të kuzhinës në vetë godinën e saj, e ka të pamundur zhvillimin e provimeve të nivelit për Drejtimin “Hoteleri Turizëm”. Sa konsideruar zhvillimin e këtij provimi të nevojshëm dhe në pamundësi për të pasur një laborator të tillë për efekt të hapësirës dhe fondeve i është drejtuar bizneseve për të vënë në dispozicion ambientet e tyre të kuzhinës për zhvillimin e provimeve të nivelit të nxënësve të shkollës, për tu pajisur me materiale sa i përket pjesëmarrjes së nxënësve në konkurse të ndryshme kombëtare dhe ndërkombëtare etj.

8.6 Sfidat e bashkëpunimit (AFP - sektor privat) mbi Sponsorizimet

Në këtë paragraf do të renditen më poshtë disa sfida që konsiderohen mbi bashkëpunimin biznes - AFP në realizimin e sponsorizimeve.

- Orientimi i bizneseve kryesisht në objektivat afatshkurtra.
- Përputhja e duhur e bizneseve potenciale për sponsorizim me nevojat e shkollave.
- Bashkëpunimi mes disa bizneseve për përmbushjen e nevojave të shkollës.

60

- Parashtrimi i nevojave të shkollave në bizneset e duhura.

Si mund të tejkalohen disa nga sfidat e bashkëpunimit AFP- Sektor Privat

Sa mbështetur në një sërë sfidash të listuar në proceset dhe aktivitetet e zhvilluara mbi këto marrëdhënie bashkëpunimi që janë trajtuar edhe në këtë manual, ndërmjet sektorit privat dhe shkollave profesionale, disa elementë që mund ta lehtësojnë procesin në të ardhmen mund të jenë:

- Qëndrueshmëri dhe strategji kombëtare afatgjatë e pasqyruar qartë për të gjithë aktorët mbi Arsimin Profesional.
- Fuqizimi i njohurive mbi arsimin profesional dhe transferimi i tyre në aktorë të qëndrueshëm të arsimit profesional.
- Përpjekje për të folur një gjuhë të përbashkët të gjithë aktorët e përfshirë në AFP ku të mundësohet në këtë mënyrë edhe një qasje e një ritmi të përbashkët. Kjo mund të filloj me ndërtimin e planeve strategjike dhe elementeve të tjera ligjore e vendimmarrëse duke konsideruar perspektivën strategjike nga poshtë lartë dhe më pas me zbatueshmërinë e udhëzimeve dhe legjislacioneve në fuqi me përpikëri.
- Ndërtimi i një modeli qeverisës dhe vendimmarrës duke u mbështetur kryesisht në shkollë sa konsideruar edhe kontributin e aktorëve të tjerë bashkëqeverisjes si bizneset etj.
- Zhvillimi i një strategjie për të rritur angazhimin dhe interesin e bizneseve dhe mentorëve për të marrë pjesë në hartimin e programeve të praktikës projektet e përbashkëta dhe sponsorizime.
- Rritja dhe zhvillimi i njohurive profesionale dhe didaktike të stafit të shkollës profesionale dhe instruktorëve në biznese.
- Hartimi i strategjive të përbashkëta të marketingut (Sektor Privat-AFP) për të rritur ndërgjegjësimin e komunitetit dhe për të përforcuar imazhin e përbashkët përpara nxënësve, prindërve, dhe komunitetit në përgjithësi.
- Thellim i bashkëpunimit midis shkollës dhe biznesit duke krijuar një kanal të qëndrueshëm komunikimi nëpërmjet organizimit të takimeve periodike për të diskutuar mbi ecurinë e bashkëpunimit.

Referencat

Brewer, L. (2013). Enhancing youth employability: What? Why? and How? Guide to core work skills (pp. 1-51). Geneva, Switzerland: ILO.

Busemeyer, M. R. (2014). *Skills and inequality: Partisan politics and the political economy of education reforms in western welfare states*. Cambridge University Press.

Cedefop (2020). Vocational education and training in Europe, 1995-2035: scenarios for European vocational education and training in the 21st century. Luxembourg: *Publications Office of the European Union*. Cedefop reference series; No 114. <http://data.europa.eu/doi/10.2801/794471>

Davies, B., & Ellison, L. (1998). Futures and strategic perspectives in school planning. *International Journal of Educational Management*, 12(3), 133-140.

Euler, D (2018) Engaging the Business Sector in Vocational Education and Training. Donor Committee for Dual Vocational Education and Training DC dVET Hardturmstrasse 123, 8005 Zurich

INSTAT (2023) Llogaritë vjetore sipas sektorëve Institucionalë, 2020. <https://www.instat.gov.al/media/11647/llogarit%C3%AB-vjetore-sipas-sektor%C3%ABve-2020.pdf>

King, K., & Palmer, R. (2006). Skills development and poverty reduction: the state of the art. *Postbasic education and training working paper*, 7.

Ligji Nr.15/2017 “ Për arsimin dhe formimin profesional në Republikën e Shqipërisë”

[Moogan, Y.J.](#) (2011), "Can a higher education institution's marketing strategy improve the student-institution match?", *International Journal of Educational Management*, Vol. 25 No. 6, pp. 570-589. <https://doi.org/10.1108/09513541111159068>

OeAD (2020). Manual për zbatimin e kriterëve të cilësisë në bashkëpunimin shkollë-biznes. Iniciativa Europiane për Arsimin dhe Formimin Profesional, të aksesueshme tek <https://www.eqavet.eu/What-weDo/European-VET-Initiatives>

Udhëzues për Marketingun Institucional, publikuar nga S4J në shtator 2020.

Udhëzues për menaxhimin e Marrëdhënieve me Bizneset, publikur nga S4J në shtator 2020.

Udhëzues për Praktikave Afatgjata Profesionale në Biznes, publikuar nga S4J në tetor 2020.

Udhëzimi për mënyrën e organizimit dhe veprimtarinë e ofruesve publikë të arsimit dhe formimit profesional, Ministria e Financave dhe Ekonomisë.

Udhëzuesi “Sponsorizimi i arsimit profesional: Një alternativë për financimin e shkollave profesionale në Shqipëri”, 2017, Projekti “Aftësi për Punë”.

Wolbers, M. H. (2007). Patterns of labour market entry: A comparative perspective on school-to-work transitions in 11 European countries. *Acta sociologica*, 50(3), 189-210.