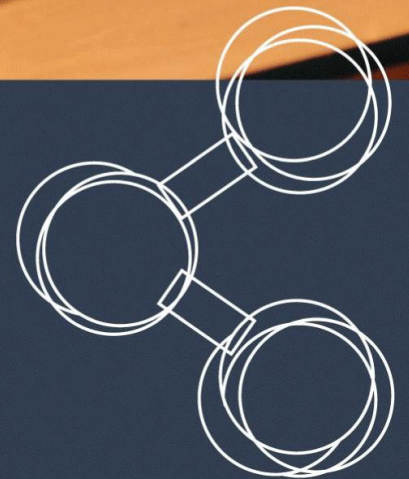





Angazhimi cilësor i sektorit privat

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

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 Sëisscontact, 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 domosdoshmërisht pozicionin zyrtar të Qeverisë Zvicerane ose Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC)

Tabela e përmbajtjes

Shkurtime	5
Fjalorth	6
Hyrje	9
1. Rreth manualit	9
1.1 Çfarë përmban manuali dhe si mund të përdoret?	9
1.2 Çfarë përfaqëson ky manual?	10
1.3 Çfarë synon manuali.....	10
1.3 Kujt i shërben ky manual?	11
2. Angazhimi cilësor i sektorit privat në Institucionet Ofruese të Arsimit dhe Formimit Profesional	12
2.1 Çfarë kuptojmë me angazhim cilësor të sektorit privat në IOAFP?	12
2.2 Rëndësia e angazhimit cilësor të sektorit privat në AFP	14
2.3 Përfitimet nga angazhimi i sektorit privat në arsimin dhe formimin profesional	14
2.4 Korniza ligjore e përfshirjes së sektorit privat në qeverisjen, dizenjimin, financimin dhe ofrimin e arsimit dhe formimit profesional	16
2.5 Sfidat e bashkëpunimit të sektorit privat me institucionet e arsimit dhe formimit profesional	19
2.5 Si mund të tejkalohen sfidat e angazhimit të sektorit privat në institucionet e arsimit dhe formimit profesional	20
3. Marketingu institucional	22
3.1 Çfarë është marketingu i institucionit?	22
3.2 Përfitimet nga zhvillimi i aktiviteteve promovuese me pjesëmarrjen e sektorin privat ...	23
3.3 Aktivitetet tipike promovuese me pjesëmarrjen e sektorit privat.....	24
3.4 Hapat për zhvillimin e aktiviteteve promovuese me përfshirjen e sektorit privat.	28
3.5 Indikatorët e suksesit	31
3.6 Instrumente mbështetëse.....	32
3.7 Sugjerime për përfshirje efektive të sektorit privat në marketingun institucional të shkollës.....	32
3.8 Praktika të mira	33
4. Konsultimi për ofertën mësimore	35
4.1 Përfitimet nga konsultimi i ofertës me sektorin privat	35
4.2 Hapat për konsultimin e ofertës në bashkëpunim me sektorin privat	36
4.3 Indikatorët e suksesit	39
4.4 Instrumente mbështetës.....	40
4.5 Sugjerime për bashkëpunim efektiv me sektorin privat për konsultimin e ofertës	40
4.6 Praktika të mira	41
5. Zbatimi i kurrikulës në nivel ofruesi	43
5.1 Përfitimet nga zbatimit i kurrikulës në nivel ofruesi në bashkëpunim me sektorin privat	43
5.2 Aktivitetet tipike të zbatimit të kurrikulës në nivel ofruesi me pjesëmarrjen e sektorit privat	43
5.3 Hapat për zbatimin e kurrikulës në nivel ofruesi me përfshirjen e sektorit privat	48
5.4 Indikatorët e suksesit	50

5.5	Instrumente mbështetës.....	50
5.6	Sugjerime për bashkëpunim efektiv me sektorin privat për zbatimin e ofertës në nivel ofruesi	51
5.7	Praktika të mira	51
6.	Orientimi në Karrierë	53
6.1	Përfitimet nga orientimi në karrierë në bashkëpunimin me sektorin privat.	53
6.2	Aktivitetet tipike të orientimit të karrierës me pjesëmarrjen e sektorit privat	54
6.3	Indikatorët e suksesit	57
6.4	Hapat për organizimin e aktiviteteve të orientimit në karrierë me përfshirjen e sektorit privat	58
6.5	Instrumente mbështetës.....	59
6.6	Sugjerime për bashkëpunim efektiv me sektorin privat për orientimin në karrierë të nxënësve	59
7.	Projektet e përbashkëta.....	60
7.1	Përfitimet nga realizimi i projekteve të përbashkëta me sektorin privat	60
7.2	Hapat për realizimin e projekteve të përbashkëta me sektorin privat	61
7.3	Indikatorët e suksesit	63
7.4	Instrumente mbështetës.....	63
7.5	Sugjerime për bashkëpunim efektiv me sektorin privat për realizimin e projekteve të përbashkëta	63
7.6	Praktika të mira	64
8.	Pjesëmarrja aktive e biznesit në vendimmarrjen e institucioneve ofruese të arsimit dhe formimit profesional	66
8.1	Hapat për një përfaqësim aktiv të sektorit privat në bordin drejtues të shkollës	66
8.2	Indikatorët.....	67
8.3	Instrumente mbështetëse.....	67
8.4	Sugjerime për angazhim efektiv të përfaqësuesve të sektorit privat në bordin drejtues të shkollës.....	68
9.	Sponsorizimet	69
9.1	Përfitimet nga sponsorizimi nga sektori privat	69
9.2	Hapat e procesit të sponsorizimit nga sektori privat	70
9.3	Indikatorët e suksesit	70
9.4	Instrumente mbështetëse.....	71
9.5	Sugjerime për përfshirjen e sektorit provat në sponsorizimin e insitucionit të AFP-së....	71
9.6	Praktika mira	72
	Bibliografia	73

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 trajnimin e vazhduar të mësuesve/instrukturëve 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 individi. 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 përmbylljen 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 i 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

Arsimi dhe formimi profesional është prioritet kombëtar, theksuar kjo edhe në Strategjinë Kombëtare për Punë dhe Aftësi 2023-2030. Për të siguruar që arsimi dhe formimi profesional të kontribuojë në adresimin e sfidave ekonomike si niveli i punësimit të të rinjve, konkurrenca apo gjithëpërfshirja shoqërore, është e rëndësishme që oferta arsimore të jetë cilësore dhe tërheqëse për nxënësit, prindërit dhe tregun e punës. Lidhja efektive midis sferave të arsimit dhe formimit profesional dhe sferës së punës është me rëndësi thelbësore në proces. Në këtë kontekst, bashkëpunimi i ngushtë midis shkollave dhe bizneseve luan një rol kyç në garantimin e cilësisë së formimit profesional të nxënësve, duke i përgatitur ata për një integrimi të shpejtë dhe të denjë në tregun e punës. Ky bashkëpunim thekson rëndësinë e përfshirjes së sektorit privat në mënyrë sistematike dhe sistematike në qeverisjen, zhvillimin dhe ofrimin e arsimit dhe formimit profesional.

1. Rreth manualit

1.1 Çfarë përmban manuali dhe si mund të përdoret?

Manuali përmban informacion të detajuar mbi angazhimin cilësor të sektorit privat në arsimin dhe formimin profesional (AFP). Për hartimin e manualit u konsultuan materiale të shumta burimore si: kuadri rregullator në fuqi, manuale, udhëzues e raporte të hartuara nga projekti Aftësi për Punë (S4J), si dhe praktikant më të mira të vendeve të cilat kanë konsoliduar angazhimin cilësor të sektorit privat në AFP. Gjithashtu, u mbledh informacion dhe materiale nga takimet e shkëmbimit, seminarët, fokus grupet dhe intervistat e thelluara me aktorët e shkollave profesionale “Hamdi Bushati” Shkodër, “Kolin Gjoka” Lezhë, “Tregtare” Vlorë, “Kristo Isak” Berat dhe Shkolla Teknike Ekonomike Tiranë.

Manuali është i strukturuar në mënyrë të tillë që lexuesit të orientohen lehtësisht sipas çështjeve, si dhe për të qenë i thjeshtë për t’u kuptuar e përdorur. Manuali është i ndarë në kapituj, ku secili prej tyre trajton fushat e bashkëpunimit të sektorit privat me IOAFP-të, përkatësisht:

- Marketingu institucional;
- Konsultimi për ofertën mësimore;
- Kurrikula e aplikuar;
- Orientimi në karrierë;
- Projektet e përbashkëta;
- Bordi drejtues;
- Sponsorizimet.

Secili kapitull shtjellon përfitimet nga bashkëpunimi mes sektorit privat dhe IOAFP-ve, përshkruan hapat e bashkëpunimit, rekomandon indikatorë të mundshëm për matjen e ecurisë dhe suksesit, si dhe liston instrumente mbështetëse që mund të përdoren përgjatë aktiviteteve. Kapitujt janë të pasuruar me shembuj konkretë e praktika të mira nga shkollat profesionale. Ndonëse, praktika profesionale është një ndër fushat thelbësore të

bashkëpunimit mes ofruesve të AFP-së dhe sektorit privat, ajo nuk do të trajtohen në këtë manual pasi është trajtuar gjerësisht në një manual të veçantë.

Ky strukturim mundëson përdorimin e manualit në mënyrë:

- **integrale**, si një dokument që përfshin të gjitha fushat e angazhimit cilësor të sektorit privat me IOAFP-të, veprimtaritë e bashkëpunimit dhe hapat përkatëse, indikatorët, instrumentet dhe aktorët e përfshirë;
- **modulare**, sipas nënseksioneve të fushave të angazhimit të sektorit privat në IOAFP-të, në varësi të interesit të lexuesit.

Manuali është pasuruar me instrumente dhe formate të ndryshme sipas secilës fushë të angazhimit të sektori privat të cilat mund të përdoren ashtu siç janë ose të (ri)modelohen sipas nevoja dhe rrethanave specifike të secilit përdorues.

Ndonëse manuali është konceptuar dhe hartuara si një udhëzues “universal” i praktikave të mira të angazhimit të sektorit privat në IOAFP, i përshtatshëm dhe i vlefshëm për të gjitha shkollat në vend, gjatë përdorimit duhet mbajtur parasysh që një pjesë e proceseve apo aktorëve të përfshirë mund të variojnë sipas kontekstit të IOAFP-ve dhe bizneseve bashkëpunuese.

1.2 Çfarë përfaqëson ky manual?

Manuali përfaqëson një përmbledhje të strukturuar të fushave, proceseve dhe veprimtarive gjithëvjetoje që zhvillohen në bashkëpunim me sektorin privat, të roleve, përgjegjësi dhe detyrave të aktorëve të përfshirë si dhe të instrumenteve dhe dokumenteve që mund t’ju vijnë në ndihmë atyre.

Manuali vjen si një ndërthurje midis:

- shembujve më të mirë të angazhimit të sektorit privat në botë;
- kuadrit ligjor përkatës në Shqipëri;
- instrumenteve, proceseve dhe dokumenteve ekzistuese (dokumentacion i shkollave profesionale, manuale, udhëzues, raporte etj.);
- mësimëve të nxjerra dhe rasteve të suksesshme nga shkollat profesionale të vendit.

Manuali është konceptuar duke marrë në konsideratë ciklin e plotë gjithëvjetor nga planifikimi deri tek raportimi i angazhimit të sektorit privat në shkollat profesionale. Kjo mundëson replikimin e praktikave të mira të angazhimit të sektorit privat edhe në shkolla të tjera profesionale.

1.3 Çfarë synon manuali

Qëllimi i përgjithshëm i këtij manuali është aftësimi i IOAFP-ve me qëllim lehtësimin e angazhimit më të madh, cilësor dhe sistematik të sektorit privat në proceset e brendshme të shkollës, si një domosdoshmëri që kjo e fundit t’u përgjigjet si duhet nevojave të tregut të punës për aftësi.

Objektivat konkrete të manualit janë:

- zbërthimi i fushave të angazhimit cilësor të sektorit privat në IOAFP;
- detajimi i aktiviteteve për secilën fushë të angazhimit, aktorët përgjegjës dhe ata mbështetës, afatet kohore dhe indikatorët e mundshëm për matjen e suksesit;
- pajisja e shkollave me instrumente dhe formate mbështetëse për secilën prej fushave të angazhimit;
- qartësimi i rolit të aktorëve të përfshirë në angazhimin cilësor të sektorit privat në IOAFP;
- rritja e kapaciteteve të aktorëve të përfshirë në përmbushjen e përgjegjësisve dhe detyrave sipas roleve përkatëse;
- nxjerrja në pah e praktikave të mira për secilën fushë;
- udhëzimi i aktorëve të përfshirë mbi përdorimin e instrumenteve dhe formateve të ndryshme.

1.3 Kujt i shërben ky manual?

Ky manual u vjen në ndihmë të gjithë palëve dhe aktorëve të përfshirë në angazhimin e sektorit privat në IOAFP, konkretisht:

- **Strukturave drejtueset të shkollave profesionale, përgjegjësit të njësisë së zhvillimit dhe koordinatorëve përkatës, mësimmhënësve dhe stafit administrativ** të cilët informohen mbi fushat e angazhimit të sektorit privat; qartësohen mbi rolet e tyre dhe afatet kohore të realizimit të aktiviteteve të ndryshme si dhe njihen me indikatorë për matjen e suksesit dhe praktika të mira.
- **Bizneseve dhe institucioneve të tjera bashkëpunuese** të IOAFP-së të cilët mund të konsolidojnë dhe forcojnë marrëdhëniet e bashkëpunimi, apo të marrin në konsideratë fusha të reja bashkëpunimi.
- **Nxënësit dhe prindërit** të cilët qartësohen mbi fushat e angazhimit të sektorit privat në IOAFP dhe përfitimet e këtij angazhimi.
- **Profesionistëve apo studiues të fushës** që janë të interesuar në drejtim të njohjes së marrëdhënies dhe aktiviteteve të AFP-së me sektorin privat.

2. Angazhimi cilësor i sektorit privat në Institucionet Ofruese të Arsimit dhe Formimit Profesional

2.1 Çfarë kuptojmë me angazhim cilësor të sektorit privat në IOAFP?

Garantimi i cilësisë është një proces i planifikuar dhe i vazhdueshëm, i cili siguron që cilësia e “produktit” të realizuar plotëson standardet e pritshme. Në kontekstin e angazhimit të sektorit privat në shkollat e arsimit dhe formimit profesional, është thelbësore që ky angazhim të jetë në përputhje me planin strategjik të IOAFP-ve, dhe të mbështetet nga disa indikatorë të cilësisë. Këta indikatorë mundësojnë planifikimin, realizimin dhe monitorimin e procesit të angazhimit, duke shmangur subjektivizmin në gjykimin e shkallës së përmbushjes së cilësisë.

Nga ana tjetër, duhet mbajtur në konsideratë që jo të gjithë sektorët, fushat profesionale dhe kompanitë janë njësoj të përshtatshme apo të gatshme për t’u angazhuar në AFP. Në këtë kontekst, angazhimi i sektorit të biznesit do të jetë domosdoshmërisht selektiv. Procesi i përzgjedhjes mund të zhvillohet në tre hapa kryesorë:

- Përzgjedhja e sektorëve prioritar të biznesit;
- Përzgjedhja e kompanive të përshtatshme brenda këtyre sektorëve;
- Qartësimi i pritshmërive në lidhje me thellësinë dhe intensitetin e angazhimit të sektorit privat.

Për zbatimin konkret të këtij bashkëpunimi, mënyra se si strukturohet komunikimi me sektorin e biznesit është thelbësore. Edhe pse ky proces mund të planifikohet vetëm në një masë të caktuar, disa konsiderata bazë mund të identifikohen dhe argumentet kryesore të përgatiten.

2.1.1 Lista e argumenteve

Sektori privat duhet të bindet mbi potencialin e angazhimit në AFP apo intensifikimin e marrëdhënieve ekzistuese. Më poshtë gjendet një listë argumentesh të cilat mund të përfshihen në këtë proces.¹

Kostot/ Përfitimet: Të dhënat nga Austria, Gjermania dhe Zvicra tregojnë se kompanitë të cilët angazhohen në ofrimin e praktikave profesionale afatgjata dhe/ose në zbatimin e kontratës për mësimin e profesionit ose janë në gjendje të rikuperojnë kostot e tyre gjatë trajnimit të nxënësve ("motivi i prodhimit"), kryesisht falë kontributit të lartë produktiv të praktikantëve, ose pas trajnimit, për shkak të kursimeve në kostot e rekrutimit dhe të orientimit që vijnë nga punësimi i punëtorëve të kualifikuar nga tregu i jashtëm i punës ("motivi i investimit").

Produktiviteti: Punëtorët e kualifikuar kontribuojnë në rritjen e produktivitetit dhe cilësisë. Ky argument është në qendër të vëmendjes në sektorët me një orientim të fortë drejt konkurrencës së bazuar në cilësi.

¹ Gjendet në: https://www.dcdualvet.org/ep-content/uploads/210828_Extract-Ėorking-Tool-List-of-Convincing-Arguments.pdf

Investimi: Trajnimi i punëtorëve të kualifikuar të së ardhmes është një investim për të ardhmen e kompanisë, duke krijuar parakushtet për një zhvillim të qëndrueshëm ekonomik dhe avantazh konkurrues; sjell një kthim të investimit në periudhë afatmesme.

Përzgjedhja: Gjatë trajnimit, punonjësit e mundshëm të ardhshëm mund të monitorohen dhe vlerësohen në lidhje me performancën e tyre përpara se të pranohen. Ata gjithashtu kanë mundësinë të dëshmojnë aftësitë e tyre në sytë e punëdhënësit.

Relevanca: Përmes pjesëmarrjes në AFP, sektori i biznesit është në gjendje të rrisë rëndësinë e arsimit dhe formimit profesional dhe, si rezultat, të rekrutojë punonjës që përputhen më mirë me kërkesat ekonomike.

Inovacioni: Angazhimi në AFP mund të jetë një burim i rëndësishëm dhe nxitës i novacionit.

Mbajtja e punonjësve: Shpesh është e vështirë të rekrutohen punonjës të kualifikuar dhe besnikë nga tregu i punës. Ofrimi i praktikave profesionale për të rinjtë dhe/ose zbatimi i kontratës së punës për mësimin e profesionit është një mundësi për të krijuar lidhje të forta që në moshë të hershme dhe mund t'i shndërrojë praktikantët në punonjës besnikë.

Reputacioni: Angazhimi në AFP mund të kontribuojë në krijimin e një imazhi pozitiv për kompaninë ose sektorin. Angazhimi cilësor dhe sistematik mund ta ndihmojë kompaninë të perceptohet si një organizatë që kujdeset për cilësinë e stafit të saj (dhe, si rrjedhojë, për nivelin e saj të performancës).

Përgjegjësia sociale: Kompania mund të paraqitet si me përgjegjshmëri të lartë sociale përmes angazhimit në AFP dhe kjo mund të kontribuojë në mënyrë indirekte në përmirësimin e mëtejshëm të imazhit të saj.

Stabiliteti: Përmes pjesëmarrjes në AFP, sektori i biznesit kontribuon në rritjen e stabilitetit social dhe ekonomik në vend. Në mënyrë indirekte, kjo nxit mundësitë për krijimin dhe zgjerimin e aktiviteteve ekonomike. Veçanërisht në kohë krizash, është e rëndësishme të vijohet me angazhimin në AFP në mënyrë që të ketë punëtorë të kualifikuar të disponueshëm kur ekonomia të rimëkëmbet dhe të rritet sërish.

Tërheqja e investimeve të huaja direkte: Një faktor vendimtar për kompanitë që zgjedhin ku të investojnë ose të hapin një fabrikë të re është disponueshmëria e punëtorëve të kualifikuar. Prandaj, nëse kompanitë në vendet partnere angazhohen dhe investojnë në një AFP cilësor dhe "prodhojnë" punëtorë të kualifikuar, kjo shërben si një sinjal pozitiv për cilësinë e lartë të produkteve dhe shërbimeve dhe i bën ato partnerë tërheqës për biznesin.

Avantazhe për industrinë eksportuese: Kompanitë që dëshirojnë të eksportojnë mallra dhe/ose shërbime shpeshherë duhet të plotësojnë disa kritere për t'u mundësuar eksporti në vende dhe rajone të ndryshme. Kjo është e mundur vetëm nëse punëtorët e kualifikuar janë të disponueshëm për të prodhuar ato mallra dhe shërbime me cilësi të lartë. Një mënyrë e shkëlqyer për të siguruar që këta punëtorë të kualifikuar janë të disponueshëm dhe se aftësitë e tyre përputhen me nevojat e kompanisë, është t'i trajnojë ata përmes AFP-së.

2.2 Rëndësia e angazhimit cilësor të sektorit privat në AFP

Angazhimi cilësor i sektorit privat në qeverisjen, zhvillimin dhe ofrimin e arsimit dhe formimit profesional është thelbësor për të siguruar që sistemi i AFP-së t'i përgjigjet nevojave të tregut të punës për aftësi. Sa më cilësor dhe sistematik të jetë angazhimi i sektorit privat në proceset e brendshme të shkollës, aq më të përgatitur do të jenë nxënësit në profesionet përkatëse. Këta të fundit pajisen me njohuri, aftësi dhe kompetenca të cilat kërkohen në profesionin e përzgjedhur, por edhe me aftësi të transferueshme të cilat kërkohen më gjerë në tregun e punës.

Bashkëpunimi sektor privat-shkollë është me interes të ndërsjellët dhe sjell përfitime për të gjithë palët dhe aktorët e përfshirë. Në terma më të përgjithshme, mund të arrihen disa qëllime kryesore përmes përfshirjes aktive të sektorit privat në arsimin profesional:

- **Qëllime ekonomike:** aftësimi dhe kualifikimi i profesionistëve sipas kërkesave të tregut, duke rritur në këtë formë produktivitetin dhe konkurrueshmërinë;
- **Qëllime sociale dhe kulturore:** promovimi i integritetit dhe gjithëpërfshirjes shoqërore si pjesë e një komuniteti më të gjerë;
- **Qëllime personale:** krijimi i më shumë mundësive për punësim dhe zhvillim profesional për të gjitha palët e përfshira (*nxënësit* - për rritjen e tyre profesionale, *bizneset* - për sigurimin e një fuqie punëtore të kualifikuar, *aktorët e shkollës* - për përditësimet nga tregu i punës dhe profesionistët e fushave përkatëse).

Në një nivel më konkret, përfshirja e sektorit privat në shkollat profesionale mund të kontribuojë në:

- Rritjen e relevancës dhe cilësisë së kurrikulave të ofruara dhe përshtatjen e tyre me nevojat reale të tregut të punës;
- Përmirësimin e cilësisë së formimit profesional nëpërmjet aksesit në teknologji dhe praktika moderne;
- Rritjen e atraktivitetit të arsimit profesional si një rrugë e qëndrueshme për zhvillimin e karrierës.

2.3 Përfitimet nga angazhimi i sektorit privat në arsimin dhe formimin profesional

Sikundër u theksua edhe më sipër, nga angazhimi cilësor dhe sistematik i sektorit privat në institucionet ofruese të arsimit dhe formimit profesional përfitojnë të gjithë aktorët e përfshirë.

Përfitimet e shkollës

- Përshtatja dhe diversifikimi i ofertës mësimore dhe kurrikulave përkatëse me nevojat e tregut të punës;
- Ofertë mësimore relevante dhe shkallë më e lartë e punësueshmërisë së të diplomuarve;
- Rritja e kapacitetit të stafit të shkollës dhe trajnimi i tij mbi zhvillimet më të fundit teknologjike nga biznesi;

- Zhvillimi dhe ofrimi i materialeve mësimore nga industria;
- Fuqizimi i rrjetëzimit me tregun rajonal të punës;
- Promovimi i shkollës profesionale me ndihmën dhe pjesëmarrjen e biznesit;
- Rritje e mobilitetit të mësuesve dhe nxënësve duke lidhur botën e arsimit me atë të punës dhe biznesit;
- Mundësi i mësimnxënies përmes punës dhe praktikës për nxënësit falë realizimit të praktikave profesionale në mjediset e biznesit;
- Pasurim i portofolit të projekteve dhe aktiviteteve.

Përfitimet e biznesit

Reduktimi i kostove të burimeve njerëzore përmes angazhimit të praktikantëve dhe ndihmesës së këtyre të fundit gjatë periudhave të fluksit të punës;

- Njohja paraprake dhe përgatitja e punonjësve të ardhshëm të kualifikuar, sipas nevojave të vetë biznesit;
- Rritje e përputhshmërisë mes kërkesave të biznesit dhe ofertës së AFP-së;
- Kualifikim dhe zhvillim i vazhduar profesional i stafit të biznesit;
- Diversifikim të të ardhurave përmes fondeve nga projektet e përbashkëta me IOAFP-të;
- Ndërtimi i hershëm i urave të komunikimit me forcën potenciale punëtore;
- Promovimi i biznesit tek ofruesit e AFP-së, nxënësit, prindërit dhe komuniteti;
- Gjenerimi i ideve të reja;
- Rritje e reputacionit dhe përgjegjësisë sociale.

Përfitimet e nxënësve

- Ekspozim i hershëm në proceset dhe tregun e punës dhe fitimi i eksperiencës së punës;
- Ekspozimi ndaj standardeve bashkëkohore të industrisë përkatëse;
- Përvetësimi i aftësive dhe kompetencave profesionale dhe personale që kërkon tregu i punës;
- Diplomë me relevante e cila përputhet me nevojat e tregut të punës;
- Mbështetje për orientim profesional dhe mundësi punësimi në fushën përkatëse të kualifikimit;
- Pasurimi i portofolit të karrierës;
- Mundësi për të mësuar nga ekspertët dhe për të praktikuar aftësitë e reja;
- Mundësi për t'u punësuar pas diplomimit;
- Rritja e mundësive për mobilitet;
- Qasje më e gjerë në mundësi punësimi dhe mundësi të tjera sociale;
- Mundësia për të marrë pjesë në projekte të ndryshme që shkolla organizon së bashku me bizneset;
- Zhvillimi personal.

2.4 Korniza ligjore e përfshirjes së sektorit privat në qeverisjen, dizenjimin, financimin dhe ofrimin e arsimit dhe formimit profesional

Strategjia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive 2023-2030², njeh domosdoshmërinë e angazhimit të sektorit privat në qeverisjen, dizenjimin, financimin dhe ofrimin e arsimit dhe formimit profesional me qëllim që ky i fundit t'u përgjigjet nevojave të tregut të punës për aftësi.

Strategjia thekson angazhimin e sektorit privat në ofrimin e AFP-së me theks tek:

1. forcimi i rolit vendimmarrës të përfaqësuesve të sektorit privat në bordet drejtuese të IOAFP-ve;
2. formalizmi i strukturave të bashkëpunimit me bizneset për ofrimin e mësimin të bazuar në punë;
3. krijimi i grupimeve të bashkëpunimit të ofruesve të AFP-së me bizneset pararojë në sektorë të caktuar të ekonomisë;
4. ngritja e kapaciteteve të bizneseve për zbatimin e mësimin të bazuar në punë;
5. ekspozimi i trajnimit në vendin e punës të mësimdhënësve të sistemit të AFP-së;
6. forcimi i njësisë të zhvillimit brenda ofruesit të AFP-së për të ngritur bashkëpunimin me bizneset.

Gjithashtu, strategjia thekson angazhimin e sektorit privat në zhvillimin e ofertës së AFP-së nëpërmjet:

1. Komiteteve Sektoriale të Aftësive, ku bizneset kontribuojnë në përshtatjen e përmbajtjes së AFP-së dhe programeve të trajnimit duke përfshirë zhvillimin dhe validimin e standardeve profesionale në sektorët prioritarë;
2. Krijimit të kanaleve të reja të komunikimit me sektorin privat në mbështetje të promovimit të sistemit të AFP-së dhe angazhimit të kompanive në zbatimin e praktikave profesionale.

Ngritja e Komiteteve Sektoriale të Aftësive edhe me përfaqësues të biznesit parashikohet nga ligji nr. 10247, datë 4.3.2010 "Për Kornizën Shqiptare të Kualifikimeve", të ndryshuar. Komitetet Sektoriale, mënyra e organizimit dhe funksionit të të cilave është rregulluar më tej me Vendimin nr. 426, datë 26.6.2019 "Për mënyrën e organizimit, të funksionimit, si dhe kriteret e përzgjedhjes së anëtarëve të komiteteve sektoriale dhe mënyrën e shpërblimit të tyre", garantojnë lidhjen e ngushtë të kualifikimeve të Kornizës Shqiptare të Kualifikimeve (KSHK) me nevojat e tregut të punës.

Ndërkaq, kontributi i sektorit privat në qeverisjen e IOAFP-ve është i parashikuar në ligjin nr. 15/2017 "Për arsimin dhe formimin profesional në Republikën e Shqipërisë", i ndryshuar. Ligji sanksionon pjesëmarrjen e dy përfaqësuesve të sektorit privat në Bordin Drejtues të IOAFP-ve³. Për më tepër, ligji thekson se kryetari i Bordit duhet të jetë një prej anëtarëve përfaqësues

² Miratuar me Vendimin nr. 173, datë 24.3.2023 "Për miratimin e Strategjisë Kombëtare të Punësimit dhe Aftësive 2023-2030, planit të veprimit për zbatimin e saj, si dhe planit të zbatimit të garancisë rinore 2023-2024"

³ Shiko nenin 13, pika 2, shkronja a

të sektorit privat⁴. Ndërkohë, udhëzimi nr. 28, datë 30.7.2018 “Mbi kriteret për pjesëmarrjen, organizimin dhe funksionimin e bordit drejtues të ofruesve publikë të arsimit e formimit profesional” thekson se kryetar i bordit zgjidhet përfaqësuesi i sektorit privat profili i të cilit ka numrin më të madh të nxënësve apo kursantëve.

Më poshtë renditen disa nga ligjet dhe akte nënligjore të cilat rregullojnë angazhimin e sektorit privat në institucionet e arsimit dhe formimit profesional.

1. Ligji nr. 15/2017, datë 15.02.2017 "Për Arsimin dhe Formimin Profesional në Republikën e Shqipërisë", i ndryshuar;
2. Ligji nr. 10247, datë 4.3.2010 “Për Kornizën Shqiptare të Kualifikimeve”, i ndryshuar;
3. Ligji nr. 7961, datë 12.7.1995 “Kodi i punës i Republikës së Shqipërisë”, i përditësuar;
4. Vendimin nr. 426, datë 26.6.2019 “Për mënyrën e organizimit, të funksionimit, si dhe kriteret e përzgjedhjes së anëtarëve të komiteteve sektoriale dhe mënyrën e shpërblimit të tyre”;
5. Vendimi nr. 691, datë 6.11.2024 “Për përcaktimin e rregullave të veçanta që zbatohen për kontratën e mësimin të profesionit dhe përcaktimin e pagës minimale për mësimin e profesionit në arsimin dhe formimin profesional në formën e dyfishtë”;
6. Vendimi nr. 702, datë 13.11.2024 “Për disa shtesa në vendimin nr. 77, datë 28.1.2015, të Këshillit të Ministrave, “Për kontributet e detyrueshme dhe përfitimet nga sistemi i sigurimeve shoqërore dhe sigurimi i kujdesit shëndetësor”, të ndryshuar
7. Urdhër nr. 220, datë 16.9.2020 “Për miratimin e rregullores “Për zbatimin e praktikave profesionale në biznes në kuadër të ndjekjes së programeve të AFP-së në institucionet publike të arsimit dhe formimit profesional”;
8. Udhëzim nr. 15, datë 26.4.2019 “Për organizimin dhe zhvillimin e provimeve në arsimin dhe formimin profesional”;
9. Udhëzimi nr. 759, datë 30.9.2024 “Për mënyrën e organizimit dhe veprimtarisë, menaxhimin e burimeve njerëzore, përbërjen e njësisë së zhvillimit të institucioneve, ofruesve të arsimit dhe formimit profesional dhe zhvillimit të vazhduar profesional të personelit”;
10. Udhëzim nr. 28, datë 30.7.2018 “Mbi kriteret për pjesëmarrjen, organizimin dhe funksionimin e bordit drejtues të ofruesve publikë të arsimit dhe formimit profesional”;
11. Udhëzimi nr. 1090, datë 12.12.2024 “Për procedurat e planifikimit dhe zbatimin e arsimit dhe formimit profesional në formën e dyfishtë”
12. Udhëzim nr. 14, datë 23.12.2024 “Për një shtesë në udhëzimin nr. 23, datë 9.12.2014 “Për mbledhjen e kontributeve të detyrueshme të sigurimeve shoqërore dhe shëndetësore”, i ndryshuar”.

⁴ Shiko nenin 13, pika 3

Rekomandohet që të gjithë aktorët e të cilët përfshihen në angazhimin e sektorit privat në proceset e brendshme të institucioneve ofruese të arsimit dhe formimit profesional të njihen me bazën e mësipërme ligjore.

2.5 Sfidat e bashkëpunimit të sektorit privat me institucionet e arsimit dhe formimit profesional

Pavarësisht zhvillimeve pozitive të viteve të fundit, bashkëpunimi midis sektorit privat dhe institucioneve ofruese të arsimit dhe formimit profesional përballet me një sërë sfidash dhe pengesash. Këto sfida lidhen jo vetëm me dinamikën e mjedisit në të cilin këto marrëdhënie zhvillohen, por edhe me faktorë të jashtëm të cilët ndikojnë në cilësinë dhe vazhdimësinë e tyre. Disa sfida kryesore përfshijnë:

Mbizotërimi i biznese të vogla dhe të mesme - Sektori privat në Shqipëri përbëhet kryesisht nga biznese të vogla dhe të mesme (99.8% sipas të dhënave të INSTAT). Këto biznese shpesh nuk kanë burime të mjaftueshme për të ofruar praktika profesionale afatgjata, krahasuar me ndërmarrjet e mëdha.

Fokusimi në objektivat afatshkurtër - Shumica e bizneseve i japin prioritet fitimet të menjëhershme dhe përmbushjes së objektivave afatshkurtër, ndërsa përfitimet afatgjata të bashkëpunimit me AFP-të shpesh konsiderohen si të dorës së dytë.

Mospjesëmarrja e bizneseve në sindikata apo dhoma të tregtisë - Një pjesë e konsiderueshme e bizneseve të vogla dhe atyre të mesme e shohin anëtarësimin në dhomat e tregtisë apo sindikatat si një kosto të panevojshme, që nuk sjell përfitime të drejtpërdrejta, por vetëm detyrime financiare shtesë.

Ekzistenca e ekonomisë informale – Një numër i konsiderueshëm biznesesh operojnë pjesërisht ose plotësisht në informalitet, duke mos regjistruar apo deklaruar saktë aktivitetet e tyre, çka e vështirëson bashkëpunimin e tyre me IOAFP-të.

Pjesëmarrje e ulët e aktorëve kryesorë në hartimin e planeve dhe strategjive për AFP-në - Kryesisht pjesa më e madhe e aktorëve si bizneset, nxënësit, prindërit janë jo-aktivë në ndërtimin e planeve dhe strategjive mbi AFP-në.

Stabiliteti politik dhe ekonomik – Një mjedis i qëndrueshëm politik dhe ekonomik është i domosdoshëm për një bashkëpunim afatgjatë dhe efektiv midis sektorit privat dhe AFP-së. ndryshimet e shpeshta në politikat publike ose mungesa e vazhdimësisë në reformat arsimore mund të ndikojë negativisht në këtë marrëdhënie.

Ritmi i ndryshëm i aktorëve të përfshirë – Bizneset, institucionet arsimore dhe aktorët e tjerë nuk ecin gjithmonë me të njëjtin ritëm në zhvillimin e tyre, për shkak të dallimeve në pritshmëri, mentalitet, nivel të vendimmarrjes apo strukturës së organizimit.

Qeverisja e institucioneve të AFP-së - Një sistem efikas i bashkëqeverisjes është i nevojshëm për një bashkëpunim të suksesshëm. Përfshirja aktive e sektorit privat, shoqatave dhe institucioneve publike në drejtimin dhe zhvillimin e AFP-së do të ndihmonte në forcimin e këtij bashkëpunimi.

Niveli i ulët i kualifikimit të të diplomuarve në AFP – Bizneset shpesh raportojnë se nxënësit që diplomohen nga institucionet e AFP-së nuk kanë aftësitë e duhura për të përmbushur kërkesat e tregut të punës, duke krijuar një hendek midis formimit profesional dhe nevojave të sektorit privat.

Nivel i lartë i emigrimit të të diplomuarve në tërësi dhe veçanërisht i të diplomuarve në AFP - Të dhënat tregojnë se gjerësisht fuqia punëtore e kualifikuar po preferon të lëvizë drejt vendeve Evropiane që kanë kushte ekonomike më të favorshme, duke reduktuar ndjeshëm bazën e fuqisë punëtore të kualifikuar në Shqipëri.

Hendeku ndërmjet nevojave të tregut dhe kualifikimeve të nxënësve që diplomohen në AFP - Pavarësisht përpjekjeve për përditësimin e kurrikulave, bizneset shpesh evidentojnë se të diplomuarit nuk kanë njohuri mbi teknologjitë më të fundit, pajisjet dhe trendët e sektorëve përkatës.

Kualifikimi dhe trajnimi i mësuesve dhe instruktorëve në kompani - Shpeshherë mësuesit e praktikës profesionale nuk arrijnë të përditësohen me zhvillimet më të fundit të sektorit, çka reflektohet në mungesë të dijeve dhe përvojës praktike, e cila ndikon në cilësinë e mësimdhënies. Nga ana tjetër, instruktorët në kompani mund të jenë ekspertë të mirë në fushat e tyre, por mund të mos kenë aftësitë e duhura pedagogjike dhe didaktike për të trajnuar nxënësit në mënyrë efektive.

Duke i njohur dhe analizuar këto sfida, ky manual synon të adresojë mundësitë dhe hapësirat e bashkëpunimit midis sektorit privat dhe IOAFP-ve, duke marrë në konsideratë kontekstin specifik të zhvillimit të këtij partneriteti.

2.5 Si mund të tejkalohen sfidat e angazhimit të sektorit privat në institucionet e arsimit dhe formimit profesional

Për të adresuar sfidat e angazhimit të sektorit privat në institucionet e arsimit dhe formimit profesional, nevojiten zgjidhje të qëndrueshme dhe një qasje e koordinuar midis të gjithë aktorëve.

Mbështetje dhe stimuj për përfshirjen e SME-ve

- Ofrimi i stimujve fiskalë (lehtësira tatimore) për bizneset e vogla dhe të mesme që angazhohen në ofrimin e praktikave profesionale.
- Krijimi i fondit të përbashkët për trajnime për SME-të, në bashkëpunim me organizatat e biznesit dhe qeverinë.
- Ngritja e rrjeteve të bashkëpunimit midis SME-ve dhe IOAFP-ve.

Ndërgjegjësimi mbi përfitimet afatgjata nga bashkëpunimi me IOAFP-të

- Organizimi i forumeve të rregullta mes IOAFP-ve dhe sektorit privat, ku bizneset ndajnë përvojat e tyre pozitive nga angazhimi me AFP-në.

- Krijimi i mekanizmave të matjes së impaktit të praktikave profesionale mbi produktivitetin e kompanive.
- Përfshirja e sukseseve konkrete të bizneseve që kanë investuar në AFP në fushata informuese dhe studime rasti.

Rritja e rolit të organizatave të biznesit në AFP

- Dhënia e avantazheve për anëtarët e dhomave të tregtisë që angazhohen në AFP, si ulje tarifash apo promovim më i madh.
- Krijimi i grupeve të dedikuara të industrisë, ku bizneset mund të bashkëpunojnë për të formësuar ofertën e IOAFP-ve.

Përfshirje më e madhe e bizneseve, nxënësve dhe prindërve në vendimmarrje

- Krijimi i platformave të konsultimit, ku bizneset dhe komuniteti mund të japin inputin e tyre në zhvillimin e kurrikulave.
- Zhvillimi i një mekanizmi të strukturuar pjesëmarrjeje, si bordet këshilluese të AFP-ve me përfaqësues nga të gjitha palët e interesit.

Harmonizimi i pritshmërive dhe proceseve dhe aktorëve të përfshirë

- Krijimi i forumeve të përbashkëta ndërmjet IOAFP-ve dhe biznesit për të sinkronizuar nevojat dhe kapacitetet e tyre.
- Trajnime për mësuesit dhe bizneset mbi praktikën e ndërsjella të bashkëpunimit.

Përmirësimi i modelit të qeverisjes dhe bashkëqeverisjes

- Rritja e autonomisë së AFP-ve në vendimmarrje, duke u bazuar më shumë në nevojat lokale dhe inputin e bizneseve.
- Pjesëmarrja aktive e përfaqësuesve të sektorit privat në bordet drejtuese të AFP-ve.

Përshtatja e ofertës së AFP-së me kërkesat e tregut të punës

- Përfshirja e bizneseve në procesin e hartimit dhe rishikimit të programeve mësimore.
- Krijimi i modeleve të të nxënësve bazuar në projekte reale të industrisë.
- Organizimi i takimeve të rregullta me sektorin privat, për të identifikuar ndryshimet dhe tendencat e tregut.

Rritja e cilësisë së formimit të mësuesve dhe mentorëve në kompani

- Ofrimi i trajnimeve të rregullta për mësuesit e AFP-së, duke përfshirë vizita studimore në kompani dhe kurse mbi teknologjitë e reja.
- Zhvillimi i programeve për certifikimin e instruktorëve të biznesit në metodologjitë e mësimdhënies.

3. Marketingu institucional

3.1 Çfarë është marketingu i institucionit?

“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, stafi, partnerët dhe komuniteti i gjerë.”⁵ Në këtë kuptim, “marketingu i institucionit nënkupton tërësinë e objektivave dhe përpjekjeve që duhet të ndërmarrë një institucion për të rënë në sytë e publikut të synuar (ndërgjegjësimi) dhe për të fituar një vend në mendjen e këtij publiku (pozicionimi).”⁶

Në nivel ofruesi të arsimit dhe formimit profesional, marketingu institucional ka këto qëllime kryesore:

1. Ndërtimi, përmirësimi dhe promovimi i imazhit të institucionit ofrues të AFP-së;
2. Komunikimi dhe informimi me të gjitha grupet e interesuara, duke përfshirë nxënësit, prindërit, bizneset dhe komunitetin, me qëllim angazhimin, bashkëpunimin dhe krijimin e një reputacion pozitiv për institucionin.

Përmes marketingut institucional oferta e shkollës, duke përfshirë infrastrukturën, cilësinë e mësimdhënies, shërbimet dhe aktivitetet e organizuara nga institucioni promovohen në mënyrë të vazhdueshme për të gjithë grupet e interesuara. Në këtë mënyrë, marketingu luan një rol të rëndësishëm jo vetëm në përmirësimin e identitetit dhe imazhit të institucionit, por edhe në ndërtimin dhe forcimin e marrëdhënies me nxënësit, prindërit, bizneset, etj. Në këtë kontekst, marketingu i institucionit, nuk është një aktivitet apo ndodhi e vetme dhe e shkëputur, por një proces i mirë strukturuar dhe ndërlidhur ngushtë me proceset e tjera në shkollë.

Funksioni i marketingut institucional në ofruesit e AFP-së është një nga shtatë funksionet bazë të njësisë së zhvillimit (NJZH) dhe mbulohet nga koordinatori i marketingut institucional. Koordinatori është përgjegjës për hartimin dhe zbatimin e planit të marketingut, duke e integruar në planin vjetor të ofruesit të AFP-së. Përveç kësaj, ai koncepton, përgatit dhe koordinon zbatimin e veprimtarive të ndryshme për të promovuar ofertën e IOAFP-së në nivele të ndryshme.

Një aspekt thelbësor i punës së koordinatorit të marketingut është bashkëpunimi me sektorin privat. Në këtë drejtim, ai identifikon dhe përfshin kompanitë partnerë në aktivitetet promovuese të ofruesit në bashkëpunim me koordinatorin e marrëdhënieve më biznesin⁷.

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

⁶ Skills for Jobs, “Marketingu i institucionit, Udhëzues për ofruesit e arsimit dhe formimit profesional”, Maj 2020, Tiranë

⁷ Udhëzim, nr. 759, datë 30.9.2024 “Për mënyrën e organizimit dhe veprimtarisë, menaxhimin e burimeve njerëzore, përbërjen e njësisë së zhvillimit të institucioneve, ofruesve të arsimit dhe formimit profesional dhe

Nga ana tjetër, koordinatori i marrëdhënieve më biznesin planifikon, koordinon dhe përfshin kompani partnere në aktivitetet promovuese të ofruesit të AFP-së.⁸ Në këtë kontekst, për të garantuar një përfshirje sa më cilësore dhe sistematike të sektorit privat në aktivitetet promovuese, është e domosdoshme që dy koordinatorët të bashkëpunojnë ngushtësisht dhe të harmonizojnë veprimet mes tyre.

Në këtë manual, fokusi kryesor do të jetë tek “aktivitetet promovuese” që ofruesi e AFP-së mund të organizojë në bashkëpunim me sektorin privat.

3.2 Përfitimet nga zhvillimi i aktiviteteve promovuese me pjesëmarrjen e sektorin privat

Zhvillimi i aktiviteteve promovuese në bashkëpunim me sektorin privat sjell një sërë përfitimesh për shkollën, bizneset e përfshira dhe nxënësit.

- Organizimi i aktiviteteve promovuese më pjesëmarrjen e biznesit rrit reputacionin dhe imazhin e shkollës si dhe besimin e komunitetit tek institucioni.
- Krijohen marrëdhënieve të qëndrueshme me sektorin privat, duke e bërë bashkëpunimin me të strukturuar dhe afatgjatë.
- Prezantimi i mundësive që ofron shkolla në bashkëpunim me bizneset, motivon nxënësit potencial dhe familjet e tyre për të zgjedhur arsimin profesional, duke rritur regjistrimet e reja.
- Komunikimi i historive të suksesit të ish-nxënësve rrit motivimin dhe frymëzimin për nxënësit potencialë.
- Përmes aktiviteteve me bizneset, shkolla merr informacion të vlefshëm mbi tendencat e tregut dhe aftësitë që kërkohen, duke ndikuar kështu në përmirësimin e ofertës së saj mësimore dhe përputhjen e saj me nevojat e tregut të punës.
- Pjesëmarrja në aktivitete promovuese tregon angazhimin e biznesit për zhvillimin e talentëve të rinj dhe forcimin e fuqisë punëtore, çka ndikon në rritjen e reputacionit dhe imazhit të kompanisë.
- Përmes pjesëmarrjes në këto aktivitetet kompanitë mund të identifikojnë dhe rekrutojnë nxënës të talentuar të cilët mund të bëhen pjesë e ekipit të tyre në të ardhmen.
- Duke marrë pjesë në promovimin e arsimit profesional, bizneset kontribuojnë në zhvillimin e një fuqie punëtore më të kualifikuar sipas kërkesave të industrisë.
- Vizitat në kompani, panairët dhe kontaktet direkte me bizneset u japin nxënësve një kuptim më të mirë mbi tregun e punës dhe zhvillimet e mundshme të karrierës.

zhvillimit të vazhduar profesional të personelit”, neni 106 “Detyrat e njësisë së zhvillimit për zhvillimin e marketingut të ofruesit publik të AFP-së.

⁸ Udhëzim, nr. 759, datë 30.9.2024 “Për mënyrën e organizimit dhe veprimtarisë, menaxhimin e burimeve njerëzore, përbërjen e njësisë së zhvillimit të institucioneve, ofruesve të arsimit dhe formimit profesional dhe zhvillimit të vazhduar profesional të personelit”, neni 103 “Detyrat e njësisë së zhvillimit për krijimin dhe fuqizimin e lidhjeve me biznesin”.

- Takimet me profesionistë dhe shembujt e suksesit ndihmojnë nxënësit të bëjnë zgjedhje të informuara për të ardhmen e tyre.
- Aktivitetet promovuese ndihmojnë Nxënësit krijojnë kontakte më punëdhënës të mundshëm duke rritur mundësitë e tyre për praktikë dhe punësim të hershëm.
- Angazhimi në aktivitetet të tilla i ndihmon nxënësit të përmirësojnë aftësitë e tyre të prezantimit, bashkëpunimit dhe ndërveprimit me profesionistë.

3.3 Aktivitetet tipike promovuese me pjesëmarrjen e sektorit privat

Më poshtë paraqiten disa nga format më tipike të aktiviteteve promovuese me pjesëmarrjen e kompanive. Për secilin aktivitet përshkruhet qëllimi, hapat kryesorë të organizimit, periudha e realizimit dhe aktorët e përfshirë.

Ditët e “Dyerve të hapura”

Personat përgjegjës: KMB, KMI

Periudha e realizimit: prill - maj

Ky aktivitet ka për qëllim të mirëpres në ambientet e shkollës profesionale nxënësit e klasave të 9-ta dhe prindërit e tyre, drejtorët dhe mësuesit kujdestarë të shkollave 9-vjeçar të rajonit, qytetarët e zonës dhe mediat lokale. Gjatë këtyre ditëve prezantohet dhe promovohet oferta mësimore e institucionit, mjediset e shkollës, punime të realizuara nga nxënësit në bazë të aftësive të fituara në shkollë dhe si dhe ndahen histori suksesi nga praktikantët, prindërit e tyre dhe përfaqësuesit e bizneseve. Këta të fundit ndajnë me pjesëmarrësit përvojën e bashkëpunimit me shkollën, praktikat profesionale afatgjata në biznes, punësimin e nxënësve etj.

Për më tepër, përfaqësuesit e bizneseve partnere mund të bëhen pjesë e jurive vlerësuese për konkurse aftësish midis nxënësve që organizohen përgjatë këtyre ditëve si dhe mund të kontribuojnë në ndarjen e bonusve për nxënësit fitues.

Hapat kryesorë për organizimin e ditëve të “Dyerve të hapura”:

- Identifikimi i bizneseve që mund të angazhohen gjatë ditëve të “Dyerve të hapura” në shkollë;
- Njoftimi i bizneseve të identifikuar për datën dhe qëllimin e aktivitetit dhe dakordësimi i pjesëmarrjes së tyre në këto aktivitete;
- Hartimi i një agjende paraprake e cila ndahet me bizneset më të cilat është dakordësuar pjesëmarrja;
- Informimi i bizneseve mbi të dhënat kryesore për shkollën, përvojën me praktikantët dhe punësimin, dhe mesazhet kryesore që do të përçohen;
- Organizimi i ditëve të hapura në shkollë me pjesëmarrjen e bizneseve dhe përcimi i mesazheve të dakordësuar nga kompanitë.

Organizimi i vizitave në mjediset e biznesit

Personat përgjegjës: KMI, KMB

Periudha e realizimit: shtator - qershor

Gjatë këtij aktiviteti, nxënësit potencial nga shkollat 9-vjeçare, shoqërohen në mjediset e bizneseve partnere të shkollës, ku nxënësit aktualë zhvillojnë praktika mësimore, apo janë punësuar tashmë. Aktiviteti synon njohjen nga afër të nxënësve potencial me mjediset, postet e punës dhe profesionet. Ata njihen nga vetë instruktorët në biznes për mundësitë, marrëdhënien e bashkëpunimit me shkollën, përfitimet e dyanshme, raste dhe situata konkrete me nxënësit praktikantë.

Hapat kryesore për organizimin e vizitave në mjediset e biznesit:

- Identifikimi i kompanive të gatshme për të pritur nxënësit në vizitë;
- Komunikimi dhe koordinimi me bizneset për organizimin e vizitave;
- Hartimi i agjendës dhe ndarja e saj me bizneset pritëse;
- Informimi i kompanive mbi të dhënat kryesore për shkollën, përvojën me praktikantët dhe punësimin dhe mesazhet kryesore që do të përçohen;
- Organizimi i vizitave në biznes dhe sigurimi i një komunikimi efektiv midis nxënësve dhe përfaqësuesve të biznesit.

Organizimi i panairove, konkurseve midis nxënësve, “Java e praktikës profesionale”, etj.

Personat përgjegjës: KMI, Drejtori i IOAFP-së

Periudha e realizimit: shtator - qershor

Panairot, konkurset mes nxënësve, “Java e praktikës profesionale” dhe aktivitete të tjera të ngjashme janë iniciativa të rëndësishme për promovimin e arsimit profesional dhe për krijimin e urave lidhëse midis shkollës dhe tregut të punës.

Gjatë “Javës së praktikës profesionale”, nxënës, mësues, mentor dhe përfaqësues të sektorit privat promovojnë praktikat profesionale afatgjata në arsimin profesional. Ky aktivitet krijon një hapësirë për ndarjen e historive të suksesit nga praktikantët dhe bizneset partnere, duke demonstruar përfitimet konkrete që modeli i praktikave ka për nxënësit dhe komunitetin. Përgjatë gjithë aktivitetit, pjesëmarrësit kanë mundësinë të takojnë nxënës që ndjekin praktika afatgjata në kompani, menaxherë dhe mentorët nga kompani që bashkëpunojnë me shkollën, si dhe mësues e instruktorë të përfshirë.

Pjesëmarrja e bizneseve në këto aktivitete siguron një nivel të lartë profesionalizmi dhe ndihmon në evidentimin e aftësive dhe kompetencave të nxënësve përpara një audience të gjerë. Këto aktivitete kontribuojnë gjithashtu në rritjen e ndërgjegjësimit për arsimin profesional dhe krijimin e mundësive të reja për bashkëpunim mes shkollave dhe sektorit privat.

Hapat kryesore për organizimin e këtyre aktiviteteve:

- Identifikimi i bizneseve të interesuara për të marrë pjesë dhe për të kontribuar në aktivitet;
- Komunikimi dhe koordinimi me bizneset për mënyrën e bashkëpunimit si dhe për një prezantim të përbashkët;
- Përgatitja e materialeve promovuese dhe planifikimi i aspekteve logjistike dhe financiare;
- Hartimi i një agjende të detajuar për të siguruar një rrjedhë të strukturuar dhe efektive të aktivitetit;
- Angazhimi aktiv i bizneseve gjatë aktivitetit dhe përcjellja e mesazheve kryesore për të forcuar ndërgjegjësimin mbi rolin e praktikave profesionale në zhvillimin e karrierës së nxënësve.

Postimi i mesazheve nga kompanitë dhe promovimi i rasteve të mira

Personat përgjegjës: KMI

Periudha e realizimit: shtator - qershor

Ky aktivitet, i vlefshëm për të gjithë tipologjinë e aktiviteteve të përmendura më sipër, synon të promovojë bashkëpunimin midis shkollave dhe bizneseve. Duke ndarë histori suksesi dhe raste të mira në mediat sociale, synohet informimi i publikut të gjerë, nxënësve potencialë, prindërve dhe komunitetit mbi aktivitetet e zhvilluara dhe bashkëpunimin me sektorin privat. Postimet duhet të përmbajnë histori reale të nxënësve që kanë përfituar nga praktikat profesionale, eksperiencat e bizneseve që kanë bashkëpunuar me shkollat dhe ndikimin e këtyre partneriteteve në zhvillimin profesional të të rinjve.

Hapat kryesore për realizimin e këtij aktiviteti:

- Komunikimi me biznesin për identifikuar dhe përzgjedhur rastet më të mira e domethënëse nga bashkëpunimi me shkollën si për shembull: praktika profesionale të suksesshme, punësime, etj.;
- Draftimi dhe asistimi për përgatitjen e mesazhit, duke siguruar një përmbajtje të qartë, tërheqëse dhe frymëzuese;
- Përdorimi i platformave të mediave sociale për të ndarë informacion, imazhe dhe histori suksesi, si dhe për të angazhuar audiencën përmes komenteve dhe shpërndarjeve.

Kutizat e mëposhtme pasqyrojnë shembuj konkretë të angazhimit të sektorit privat në aktivitetet promovuese të IOAFP-ve nga shkollat partnere të projektit “Aftësi për Punë”. Këto shembuj ilustrojnë mënyrat e ndryshme se si bizneset dhe institucionet e arsimit profesional bashkëpunojnë për të promovuar arsimin profesional, për të ndarë histori suksesi dhe për të inkurajuar më shumë të rinj të ndjekin këtë rrugë.

Shkolla “**Kristo Isak**”, me synim promovimin e ofertës dhe ofrimin e një informacion më të plotë për nxënësit e klasave të nënta, organizoi takime informuese në bashkëpunim me sipërmarrësin e Kopshtit “Drita e Dijes”. Ky i fundit, ish nxënës i shkollës, i diplomuar në vitin 2021 në drejtimin Hoteleri-Turizëm, ndau me nxënësit e shkollave 9-vjeçare përvojën e tij jo vetëm si ish-nxënës, por edhe si një biznes që bashkëpunon ngushtësisht me shkollën. Përmes këtij bashkëbisedimi, nxënësit patën mundësinë të marrin një informacion më të qartë dhe të plotë, mbi mundësitë që ofron arsimit profesional.

Një ndër aktivitetet kryesore që shkolla “**Hamdi Bushati**” planifikon dhe zbaton në kuadër të bashkëpunimit me sektorin privat për marketingun institucional është organizimi i “Ditëve të Hapura”. Së fundmi, ky aktivitet është pasuruar nga forcimi i bashkëpunimit me Zyrën Vendore të Arsimit (ZVA) dhe koordinatorët e këshillimit për karrierë në shkollat 9-vjeçare. Për herë të parë, gjatë kësaj dite, në ambientet e shkollës, u organizua një takim me përfaqësues të sektorit privat, drejtoreshën e ZVA Shkodër dhe koordinatorët e edukimit për karrierë, me qëllim forcimin e bashkëpunimit dhe sigurimin e një orientimi më të mirë për nxënësit. Ky bashkëpunim ka ndikuar ndjeshëm në rritjen e numrit të nxënësve të klasave të 9-ta që kanë marrë informacion të plotë dhe të saktë mbi ofertën arsimore të shkollës.

Përgjatë viteve të fundit, shkolla “**Kolin Gjoka**” ka vlerësuar si prioritet promovimin e arsimit profesional përmes bashkëpunimit me bizneset partnere, duke e integruar këtë qasje në strategjinë e saj të Marketingut Institucional.

Fillimisht, shkolla ka identifikuar bizneset me ndikim në audiencën e saj dhe ka hartuar plane të përbashkëta marketingu me ta. Këto aktivitete përfshijnë ndarjen e mesazheve promovuese mbi arsimin profesional dhe praktikatat profesionale në rrjetet sociale të bizneseve, pjesëmarrjen e tyre në panairin e qytetit të nxënësve, si dhe angazhimin e tyre në ditën e “Dyerve të Hapura”, duke krijuar kështu ura të forta bashkëpunimi ndërmjet sektorit privat dhe shkollës.



Shkolla Teknike Ekonomike Tiranë (SHTET), përgjatë ditëve të dyerve të hapura, mirëpret vizitorë të shumtë, përfshirë nxënës të shkollave 9-vjeçare, prindër, biznese partnere, përfaqësues të institucioneve mbështetëse, etj. Në këtë kuadër, shkolla mundësoi ndërtimin e disa standave në të cilat nxënësit prezantonin dhe servirin produktet e krijuara prej tyre. Së fundmi, është vlerësuar e përshtatshme që pjesë e këtyre prezantimeve të jenë edhe një pjesë e bizneset partnere të shkollës.

Gjithashtu, në vitin e fundit, gjatë ditëve të dyerve të hapura, u organizua edhe konkursi “Inovatorët e së ardhmes”. Ky aktivitet jo vetëm që u mundësoi nxënësve të shpalosnin aftësitë e tyre përpara një audience të gjerë, por gjithashtu u mbështet nga bizneset partnere të shkollës, të cilat shpërblyen tre vendet e para fituese.

Vijon dita 4 me konkursin 'Inovatorët e së ardhmes' ku si pjesë e jurisë dhe me suportin ishte edhe Biznesi...
Ju falenderojmë për pjesëmarrjen dhe kontributin tuaj :

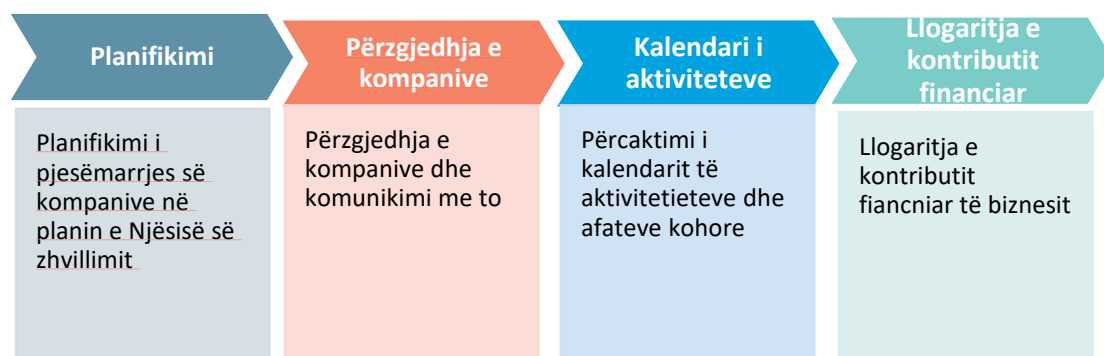
#Fatjon Selimaj nga @The Crown
#Orgesa Zekaj nga @Green Zone Travel
#Eldisa Cirogu nga @Commercey



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

Figura e mëposhtme përmbledh hapat kryesore për planifikimin e aktiviteteve promovuese në bashkëpunim me sektorin privat.

Figura 1: Planifikimi i aktiviteteve promovuese me përfshirjen e sektorit privat



Planifikimi i pjesëmarrjes së bizneseve në aktivitetet promovuese të shkollës

Personat përgjegjës: KMI, KMB, Përgjegjësi i NJZH

Periudha e realizimit: shtator – tetor; janar (rishikimi i planit)

Gjatë hartimit të planit vjetor të njësisë së zhvillimit, dhe planit të marketingut të cilët janë në përshtatje me objektivat e planit vjetor të shkollës, ndër të tjera, planifikohen edhe veprimtari promovuese të cilat mund të realizohen me pjesëmarrjen e sektorit privat.

Kutiza më poshtë paraqitet një praktikë të mirë nga Shkolla Teknike Ekonomike Tiranë (SHTET). Gjatë planifikimit vjetor të njësisë së zhvillimit për vitin shkollor 2024-2025, në planin përkatës të punës për funksionin e “Marketingut Institucional”, shkolla ka planifikuar dhe aktivitetet promovuese me pjesëmarrjen e bizneseve. Paraprakisht, shkolla ka planifikuar organizimin e takimeve me bizneset për të rritur bashkëpunimin dhe informimin mbi kërkesën për fushatën e marketingut të shkollës.

Sikundër do të shihet edhe tek kutiza, plani i punës së funksionit të marketingut institucional është i përshtatur dhe rrjedh nga objektivat e planit vjetor të shkollës. Fillimisht është paraqitur objektivi i planit vjetor i cili lidhet me përfshirjen e biznesit në marketingun institucional të shkollës dhe më tej objektivi i planit të punës të funksionit të marketingut institucional, pjesë e planit vjetor të njësisë së zhvillimit.

Mbani parasysh që paraqitja e mëposhtme është e shkurtuar për efekt të paraqitjes në këtë manual.

**Planifikimi i pjesëmarrjes së bizneseve në aktivitetet promovuese të shkollës
Shkolla Teknike Ekonomike Tiranë**

Objektivi vjetor 1.4.2.a Përfshirja e biznesit në marketingun institucional të shkollës

Aktivitetit	Tregues performace	Personat përgjegjës	Periudha
Identifikimi i bizneseve për përfshirjen në marketingun institucional të shkollës	Nr. i bizneseve të identifikuar	KMB, Drejtoria, KMI	Gjatë gjithë vitit
Përzgjedhja e bizneseve për përfshirjen në marketingun institucional të shkollës	Nr. i bizneseve të identifikuar	KMB, Drejtoria, KMI	Gjatë gjithë vitit
Përgatitja e fushatës së marketingut institucional të shkollës	Grupi i punës	Drejtoria, KMB, KMI, grupi i marketingut	Gjatë gjithë vitit
Realizimi i fushatës së marketingut	Axhenda e realizuar	Drejtoria, KMB, KMI, grupi i marketingut	Gjatë gjithë vitit

Plani vjetor i njësisë së zhvillimit, Plani i punës për funksionin e “Marketingut Institucional”

Objektivi 2: Përfshirja e biznesit në marketingun institucional të shkollës

Aktivitetit	Tregues performace	Personat përgjegjës	Periudha
Java e praktikës profesionale në SHTET	... Përfshirja e mentorëve të biznesit në orë të hapura mësimore.	KMI, KOOK, Mësuesit e praktikave profesionale, Përfaqësues të biznesit.	Tetor/Nëntor
Pasurimi i paketës së komunikimit të institucionit.	Përfshirja në paketë e sugjerimeve të biznesit dhe sponsorizimeve të ofruara prej tyre.	KMI Ekipi i marketingut.	Dhjetor
Hartimi dhe miratimi dhe zbatimi i grafikut të promovimit të shkollës për vizitat në shkollat 9-vjeçare, gjimnazet e Tiranës dhe më gjerë.	Përfshirja në grupet promovuese edhe të përfaqësuesve të biznesit	KMI, KOOK, Drejtoria e shkollës, Ekipi i marketingut të shkollës, mësues.	Dhjetor/Maj
Organizimi i “Dita e Dyerve të Hapura”. Me ftesa të veçanta nxënës, prindër të shkollave 9-vjeçare dhe gjimnazeve, biznese partnere të shkollës dhe jo vetëm.	Përfshirja e biznesit në veprimtaritë që zhvillohen përgjatë këtyre ditëve (share, tag faqes së shkollës në faqet e biznesit)	KMI, Ekipi i marketingut, Drejtoria e shkollës, Njësia Zhvillimore. Staf mbështetës. Të gjithë mësuesit. Nxënësit.	Prill/Maj

Përzgjedhja e kompanive dhe komunikimi me to

Personat përgjegjës: KMB, Drejtori i IOAFP-së

Periudha e realizimit: tetor - shkurt

Para zhvillimit të aktivitetit promovues, bizneset potenciale kontaktohen nëpërmjet kanaleve të ndryshme të komunikimit, si e-mail, mesazhe, telefonata apo takime të drejtpërdrejta. Bizneset ftohen për të marrë pjesë në aktivitete promovuese të shkollës. Gjithashtu, merret një konfirmim paraprak prej biznesit për pjesëmarrje në aktivitetet e dakordësuara.

Përcaktimi i kalendarit të aktiviteteve

Personat përgjegjës: KMI, KMB

Periudha e realizimit: tetor - nëntor

Pas konfirmimit paraprak nga bizneset potenciale pjesëmarrëse, hartohet një agjendë e përfshirjes së bizneseve në aktivitetet promovuese të shkollës, e cila ndahet me bizneset për konfirmim final. Kjo siguron një planifikim të koordinuar mes të gjithë aktorëve dhe përcaktimin e agjendës përfundimtare duke përfshirë kohëzgjatjen e secilit aktivitet. Për një organizim të suksesshëm është e nevojshme të bashkëpunohet ngushtë me bizneset për të detajuar elementët kryesorë të aktiviteteve si, vendndodhja, orari, numri dhe profili i pjesëmarrësve, mjetet ndihmëse të nevojshme dhe kostot e mundshme financiare.

Nëse është e nevojshme, me bizneset e konfirmuara ndahen materiale informuese rreth institucionit të AFP-së, shembuj apo raste të mëparshme të aktiviteteve të zhvilluara. Gjithashtu, ndahen komente apo sugjerime që qartësojnë pritshmëritë nga biznesi, objektivat e aktivitetit dhe rezultatet e pritshme. lidhur me pritshmëritë nga biznesi, rezultatet e pritshme.

3.5 Indikatorët e suksesit

Indikatorët ndihmojnë në matjen e suksesit të aktiviteteve, duke ofruar një bazë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura. Për më tepër, indikatorët ndihmojnë në identifikimin e fushave ku nevojiten përmirësime. Objektivat (target) e sugjeruar më poshtë për secilin indikator, mund të ndihmojnë gjithashtu në përcaktimin e mëtejshëm të objektivave në planin strategjik të institucionit AFP.

Më poshtë paraqiten disa indikatorë dhe objektiva (target) të mundshëm për matjen e suksesit të aktiviteteve të marketingut në bashkëpunim me bizneset.

Tabela 1: Indikatorë për matjen e suksesit të aktiviteteve të marketingut në bashkëpunim me bizneset

Indikator	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 çdo aktivitet
Numri i kompanive që postojnë mesazhe në rrjetet e tyre sociale	>20% e bizneseve pjesëmarrëse në aktivitet
Hartimi i materialeve ndihmëse (lista e bizneseve potenciale, agjenda, njoftimi/ftesa, etj).	Po, hartuar

Monitorimi i këtyre indikatorëve ndihmon në vlerësimin e ndikimit të aktiviteteve promovuese dhe në përcaktimin e strategjive për rritjen e efektivitetit të bashkëpunimit me sektorin privat.

3.6 Instrumente mbështetëse

Për të lehtësuar organizimin dhe realizimin e aktiviteteve promovuese sipas hapave të sugjeruar, më poshtë paraqiten disa mjete ndihmëse (instrumente), të rekomanduara për përdorim.

- Format listë e bizneseve potenciale për bashkëpunim (*Shtojca 1*);
- Format agjendë për organizimin e aktiviteteve promovuese (*Shtojca 2*);
- Format listë e pjesëmarrëse (*Shtojca 3*);
- Format Profili i kompanisë (*Shtojca 4*);
- Listë kontrolli për përgatitjen e aktiviteteve në shkollë (*Shtojca 5*);
- Strukturë e aktivitetit “Ditë e hapur në biznes” (*Shtojca 6*);
- Shembull njoftim/Ftesë (*Shtojca 7*);
- Sugjerim për postim e mesazheve në rrjetet sociale (*Shtojca 8*).

Shënim: *Instrumentet mund të përdoren siç janë ose të (ri) modelohen sipas nevojës së përdoruesit.*

3.7 Sugjerime për përfshirje efektive të sektorit privat në marketingun institucional të shkollës

Më poshtë listohen disa sugjerimi për një përfshirje sa më efektive të sektorit privat në marketingun institucional të shkollës.

- Bashkëpunoni me biznese të cilat angazhohen rregullisht në mbështetjen e komunitetit dhe arsimimit, dhe që mund të ofrojnë ambiente, shembuj dhe raste praktike për motivimin dhe informimin e nxënësve. Përfshini të diplomuar nga shkolla juaja, që tashmë punojnë në sektorin privat ose drejtojnë biznesin e tyre.
- Pavarësisht konfirmimeve paraprake nga bizneset për të qenë pjesë e aktiviteteve promovuese, sigurohuni të keni edhe një listë me 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 genë pjesë e aktivitet, sugjerohet të bëhet 1-2 javë përpara ditës së caktuar për aktivitetin.
- Përzgjidhni kompani që mund të angazhohen në aktivitete të ndryshme promovuese si ditët e hapura në shkollë, dhe vizitat e nxënësve të klasave të 9-ta në mjediset e tyre, duke rritur kështu efektivitetin e promovimit të institucionit të AFP-së.

3.8 Praktika të mira

Planifikimi dhe zbatimi i aktiviteteve promovues në bashkëpunim me bizneset - Shkolla "Tregtare", Vlorë

Gjatë hartimit të planit vjetor (shtator – tetor), grupi i planifikimit dhe monitorimit të shkollës "Tregtare", Vlorë, diskutoi ndër të tjera edhe mbi planifikimin e aktiviteteve që lidhen me funksionin e marketingut institucional. Këto aktivitete përfshijnë: ditët e hapura në shkollë, vizitat në biznese, panairë, konkurse si dhe javën e praktikës profesionale. Duke u mbështetur në listën e bizneseve bashkëpunuese si dhe në eksperiencat e suksesshme të bashkëpunimit nga vitet e mëparshme, shkolla identifikoi partnerë të mundshëm për secilin aktiviteti, duke përfshirë Hotel Regina City, Hotel Yacht, Hotel Priam, Hotel Le Palazzine, Resort Marina Bay, Restorant Gjurma, etj.

Java e praktikës profesionale

Në kuadër të "Javës së praktikës profesionale", shkolla organizoi 12 aktivitete, të cilat u zhvilluan në bashkëpunim me biznese të ndryshme. Bizneset u kontaktuan paraprakisht në fillim të vitit akademik dhe më pas u ri-kontaktuan një javë përpara aktiviteteve për të përcaktuar detajet e organizimit.

Disa nga aktivitetet e realizuara gjatë "Javës së praktikës profesionale" përfshijnë:

- *Takime me ish-nxënës të shkollës*, të cilët ndanë përvojat e tyre dhe rrugëtimin e karrierës pas diplomimit.
- Aktiviteti "*Eleganca dhe profesionalizmi në shërbim*" ku i ftuar ishte Shef i sallës së Restorant "Joni" i cili diskutoi me pjesëmarrësit për elegancën dhe profesionalizmin në shërbim.
- Përgatitja e *stendës në Panairin e Punës* nga nxënësit e klasave të 12 profili Tregti.
- Aktiviteti "*Siguria ushqimore*", ku nxënësit diskutuan me specialistin e AKU Vlorë, për sigurinë ushqimore si një tregues i rëndësishëm për konsumatorin.
- "*Të nxënit përmes punës*", me përfaqësuesin e biznesit Bar- Pasticëri INI, ku nxënësit patën mundësi të njihen me profesionin dhe tregun e punës.
- *Konkurs kulinarie me tematikë "Aromë e shije"* me nxënësit e klasave të drejtimit Hoteleri – Turizëm.
- Aktiviteti "*Roli i kontabilistit dhe sfidat në përdorimin e mjeteve teknologjike financiare*" me pjesëmarrjen e specialistit kontabël Kastriot Aliaj, organizuar me praktikantët e drejtimit ekonomik.

- *Konkurs “Shërbimi special në restorant në sy të klientit”*, organizuar me nxënësit e klasave të 12 profili Bar- Restorant, në bashkëpunim me Resort Marina Bay dhe Shefin Sokol Çukani.

Ditët e hapura në shkollë

Për të informuar më mirë nxënësit e klasave të 9-ta mbi ofertën mësimore të institucionit, mjediset e shkollës, dhe bashkëpunimin me bizneset, u organizuan “Ditët e hapura në shkollë”. Në këtë aktivitet morën pjesë përfaqësues nga biznese si Hotel Paradise; Hotel Yacht; Resort Marina Bay; Hotel Regina Garden; Restorant Pulëbardha; Bar Taushani, të cilët ndanë informacione mbi shërbimin që bizneset ofrojnë, nevojën dhe kërkesat që tregu ka për profesionet që ofron shkolla “Tregtare” dhe rekrutimin e nxënësve për punësim gjatë sezonit veror. Për më tepër, përfaqësuesit e bizneseve ndanë aspekte të suksesshme të bashkëpunimit me shkollën si dhe emra të nxënësve praktikantë të suksesshëm. Vlen të theksohet se disa nga bizneset e sipërpërmendura subvencionuan transportin e nxënësve të klasave të 9-ta në shkollë, duke mundësuar një pjesëmarrje më të gjerë në këtë aktivitet.

Organizimi i vizitave në biznes

Një pjesë e aktiviteteve të planifikuara u organizuan në mjediset e vetë bizneseve, të cilat mirëpritën nxënësit gjatë atyre që u quajtën “Ditët e dymë të hapura në biznes”. Hotel Regina City, Restorant Da Mikele, Dogana Vlorë, Posta Filiali Vlorë, hapën dyret e tyre për nxënësit e klasave të 13-ta dhe nxënësit e klasave të 9-ta, duke i njohur nga afër me mjediset e biznesit, pozicionet e punës dhe profesionet e lidhura me drejtimet që ofron shkolla, si dhe me histori suksesi të nxënësve që më herët kanë ndjekur praktikën profesionale në këto biznese.

Postimi i mesazheve në mediat sociale dhe promovimi i rasteve të mira

Një risi e këtij viti ishte angazhimi i bizneseve për të postuar në rrjetet sociale aktivitete promovuese të shkollës. Në muajt mars – prill, bazuar edhe në diskutimet me stafin e projektit “Aftësi për punë”, stafi i shkollës nisi një iniciativë për të inkurajuar bizneset të ndajnë postime mbi aktivitetet e bashkëpunimit me shkollën.

Disa nga bizneset që publikuan postime në mediat e tyre sociale mbi bashkëpunimin me shkollë janë Restorant Gjurma, Resort Marina Bay dhe Hotel Regina City. Ky i fundit brenda një muaji nga postimi i aktivitetit të organizuar në bashkëpunim me shkollë numëroi 34 shpërndarje (shares) dhe 52 pëlqime (likes) nga ndjekësit e tij në rrjetet sociale.

Ky angazhim ndihmon në rritjen e vizibilitetit të shkollës dhe forcimin e imazhit të saj si një institucion i cili bashkëpunon ngushtë me sektorin privat për përgatitjen profesionale të nxënësve.

4. Konsultimi për ofertën mësimore

Misioni kryesor i arsimit dhe formimit profesional është të pajisë nxënësit me njohuri, aftësi dhe kompetenca të cilat përputhen me nevojat dhe kërkesat e tregut të punës. Meqenëse tregu i punës është në ndryshim të vazhdueshëm edhe oferta e institucioneve të AFP-së duhet të ndryshojë dhe të përshtatet me kërkesat e këtij tregu.

Në këtë kuadër, institucionit e AFP-së duhet të mbledhin informacion të vazhdueshëm nga bizneset dhe partnerët e tjerë për vlerësimin dhe rishikimin e vazhdueshëm të ofertës së tyre, me qëllim adresimin e duhur të nevojave lokale dhe rajonale të tregut të punës për të përmirësuar ofertën ekzistuese (drejtime, profile, module, kurse afatshkurtra) ose për të zhvilluar ofertë të re (module, kurse afatshkurtra). 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 të punës. 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. Kjo nis me një diskutim të drejtpërdrejtë me bizneset, të cilët janë partnerët kryesorë për përcaktimin e nevojave për njohuri, aftësi dhe kompetenca.

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-së dhe diskutimin me bizneset, për identifikimin e nevojave të tyre për aftësi dhe kualifikime.

Shënim: Projekti “Aftësi për punë”, ka hartuar një manual të detajuar për “Diversifikimin e ofertës mësimore për ofruesit e arsimit profesional”.

4.1 Përfitimet nga konsultimi i ofertës me sektorin privat

Ndryshimet teknologjike, zhvillimet në tregjet lokale dhe rajonale, si dhe dinamikat e tregut të punës, ndikojnë drejtpërdrejtë në njohuritë, aftësitë dhe kompetencat që kërkohen nga të rinjtë. Konsultimi i ofertës me sektorin privat është një hap thelbësor për të siguruar që institucionet e AFP-së të ofrojnë programe të përshtatura me nevojat e tregut të punës.

Konsultimi i ofertës me sektorin privat sjell një sërë përfitimesh për shkollën, bizneset e përfshira dhe nxënësit si:

- Ofrimi i programeve të trajnimit (profile/module) të përshtatura me kërkesat e tregut të punës.
- Rritja e relevancës së ofertës së institucionit në tregun e punës si pasojë e përmirësimit të ofertës ekzistuese apo zhvillimit të ofertës së re në përputhje me nevojat e tregut të punës.
- Reduktimi i hendekut mes ofertës arsimore dhe kërkesave të tregut të punës, duke siguruar pajisjen e nxënësve me njohuritë, aftësitë dhe kompetencat që kërkon tregu i punës.

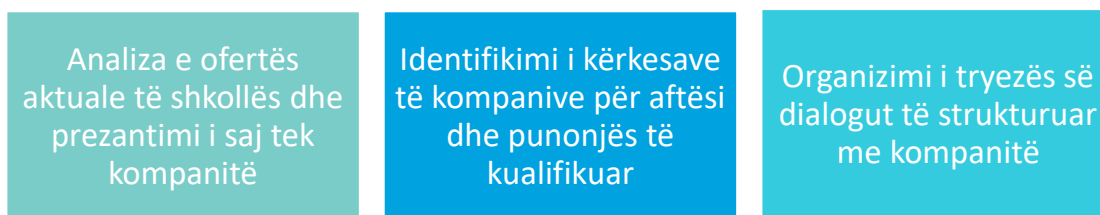
- Shmang mungesën e ndërgjegjësimit për profesionet, veçoritë e tyre, specifikat e reja dhe shtigjet e karrierës dhe nivelin e pagave në tregun e punës.
- Nxënësit njihen me kërkesat reale të tregut të punës, duke i ndihmuar ata të bëjnë zgjedhje më të informuar për të ardhmen e tyre profesionale.
- Rriten mundësitë e punësimit të nxënësve në përfundim të studimeve, falë zhvillimit të aftësive profesionale dhe personale në përputhje me standardet e industrisë.
- Nxënësit kanë një tranzicion më të lehtë nga shkolla në tregun e punës.

4.2 Hapat për konsultimin e ofertës në bashkëpunim me sektorin privat

Figura e mëposhtme përmbledh hapat kryesore për konsultimin e ofertës në bashkëpunim me sektorin privat.

Shënim: Manuali për diversifikimin e ofertës mësimore për ofruesit e arsimit profesional, identifikon tre faza kryesore për diversifikimin e ofertës, përkatësisht: (1) Analiza e nevojave, (2) Marrja e vendimit, (3) Planifikimi për zbatim. Sikundër e kemi theksuar edhe më herët manuali që ju keni në duar fokusohet vetëm tek ato procese të brendshme të shkollës të cilat ndodhin në bashkëpunim me sektorin privat. Për një njohje më të thellë të procesit të diversifikimit të ofertës, referohuni manualit përkatës.

Figura 2: Hapat për konsultimin e ofertës në bashkëpunim me sektorin privat



Analiza e ofertës aktuale të shkollës dhe prezantimi i saj tek kompanitë

Personat përgjegjës: Drejtoria e IOAFP-së, KZHK, KMB

Periudha e realizimit: maj - qershor

Stafi i shkollës, nën drejtimin e drejtuesit të saj diskuton mbi ofertën mësimore në zbatim, duke marrë në shqyrtim drejtimet, profilet, modulet me zgjedhje si dhe programet e kualifikimit pas të mesëm, si dhe të dhënat administrative të shkollës, përfshirë të dhëna mbi regjistrimet sipas ofertës, ç'regjistrimet, pezullimet dhe diplomimet. Gjithashtu, shqyrtohen aftësitë dhe kompetencat me të cilat pajisen nxënësit e secilit drejtim në fund të studimeve përkatëse, si dhe merret në konsideratë feedback-u që vjen nga biznesi përmes praktikës profesionale në biznes dhe formave të tjera të bashkëpunimit që këta të fundit kanë me shkollën.

Pasi është shqyrtuar oferta aktuale e shkollës, gjatë periudhës maj - qershor, në takime individuale ose në grup me sektorin privat, drejtuesi i shkollës dhe koordinatori i

marrëdhënieve me biznesin, prezanton ofertën aktuale të shkollës si dhe ndan informacion mbi aftësitë dhe kompetencat që nxënësit fitojnë deri në fund të studimeve. Për më tepër, gjatë takimeve me kompanitë, diskutohet analiza e tregut e marrë nga organet përkatëse dhe avantazhet që shkolla ofron në lidhje me këtë analizë. Për më tepër, kompanive u prezantohet edhe raporti i gjurmimit të të diplomuarve, ndër vite.

Identifikimi i nevojave të bizneseve për aftësi dhe kualifikime

Personat përgjegjës: KZHK, KMB, KOOK

Periudha e realizimit: maj - qershor

Me qëllim një përputhje më të mirë mes aftësive të nxënësve dhe kërkesave të industrisë, pasi është analizuar oferta aktuale e shkollës dhe është prezantuar tek bizneset, në vijim sugjerohet që të analizohen nevojat e sektorit privat. Gjatë periudhës maj - qershor, koordinatori i kurrikulës, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin dhe koordinatori i orientimit në karrierë, rekomandohet të identifikojnë dhe analizojnë nevojat e kompanive për profile të kërkuara dhe aftësi specifike.

Koordinatori i marrëdhënieve me biznesin, përzgjedh nga baza e të dhënave të kompanive, një kampion të përshtatshëm, sipas secilit drejtim, për ta përfshirë në procesin e konsultimit. Në vijim, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin, me mbështetjen e koordinorit të kurrikulës, përgatit një pyetësor për kompanitë.

Analizimi i të dhënave kryhet nga koordinatori i marrëdhënieve me biznesin në bashkëpunim me koordinatorin e kurrikulave. Informacioni që mblidhet nga kompanitë shërben për ta lexuar sa më qartë dinamikën e tregut të punës dhe për ta përkthyer atë në zhvillimin e kurrikulave të caktuara, si dhe për një orientim sa më të mirë në karrierë të nxënësve.

Dialogu i strukturuar me kompanitë për diversifikimin e ofertës

Personat përgjegjës: KMB, KZHK, drejtuesi i IOAFP-së

Periudha e realizimit: mars - prill

Në vijim, rekomandohet që gjatë periudhës mars – prill të organizohen tryezat e dialogut të strukturuar me sektorin privat. Tryezat e dialogut synojnë mbledhjen e informacionit në lidhje me interesat e kompanive për aftësi dhe kualifikime në drejtime, profile apo programe profesionale pas të mesmes.

Koordinatori i marrëdhënieve me biznesin, me mbështetjen e koordinorit të kurrikulës dhe drejtuesit të shkollës, organizon tryezën e dialogut mes shkollës dhe bizneseve të zonës. Rekomandohet që tryezat të organizohen gjatë muajve mars – prill. Diskutimi në tryezat e rrumbullakëta, do të mund të prodhojë 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 agjendës.
- Identifikimi dhe përzgjedhja e kompanive 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.

Shkollat të cilat nuk e kanë të mundur realizimin e tryezave të dialogut të strukturuar, mund të organizojnë takime me bizneset sipas një metodologjie të përgatitur paraprakisht apo forume të hapura.

Pas organizimit të tryezave të dialogut të strukturuar, rekomandohet që koordinatori i marrëdhënieve me biznesin, në bashkëpunim me koordinatorin e kurrikulave të dokumentojnë informacionin e mbledhur nga pyetësorët si dhe nga diskutimet në tryezën e dialogut dhe të hartojnë një raport, shoqëruar me sugjerime/rekomandime.

Kutizat e mëposhtme pasqyrojnë shembuj konkretë të angazhimit të sektorit privat në konsultimin e ofertës të IOAFP-ve në dy nga shkollat partnere të projektit “Aftësi për Punë”, përkatësisht Shkolla Teknike Ekonomike Tiranë dhe shkolla “Tregtare”, Vlorë. Këto shembuj ilustrojnë se si shkollat kanë bashkëpunuar me sektorin privat për të zhvillimin e kualifikimeve të reja dhe përcaktimin e ofertës mësimore të vitit shkollor pasardhës.

Shkolla Teknike Ekonomike Tiranë (SHTET), në kuadrin e diskutimeve të vazhdueshme me bizneset partnere, me qëllim kuptimin më mirë të nevojave të tregut të punës, së fundmi është propozuar zhvillimi i disa kualifikimeve të reja si: Audit; Shërbime Bankare dhe E-Commerce.

Duke ndjekur hapat e nevojshme për zhvillimin e tyre, shkolla po vijon bashkëpunimin me bizneset Kresto Albania, OTP Bank dhe Value Provider për plotësimin e materialeve të nevojshme për zhvillimin e këtyre kualifikimeve. Kjo iniciativë synon të përmbushë nevojën e tregut të punës për punonjës të kualifikuar në këto profile, si dhe të forcojë lidhjen mes arsimit profesional dhe sektorit privat.

Gjatë vitit 2023-2024, shkolla “**Tregtare**”, Vlorë zhvilloi një seri takimesh me përfaqësues të bizneseve, zyra të punës, projektit “Aftësi për Punë”, AKPA-s, prindër dhe nxënës për të diskutuar për ofertën mësimore të shkollës. Pas këtyre diskutimeve, bordi i shkollës, miratoi ofertën mësimore për vitin shkollor 2024-2025.

Nga konsultimet e zhvilluara, për drejtimin Hoteleri-Turizës, u përcaktuan disa elementë si:

Përafrimi me tregun e punës

Kërkesa në treg për profesione si menaxher hotelerie, kuzhinier, dhe shërbime hoteliere/restorante është në rritje. Për të përafruar ofertën mësimore me tregun, u miratua profili “*Menaxher i strukturave hoteliere e restoranteve*”, Niveli i V-të i Kornizës Shqiptare të Kualifikimeve, ose siç njihet ndryshe kualifikimi pas të mesmes.

Zhvillimi i moduleve praktike

Mësimi teorik duhet të kombinohet me praktika profesionale në hotele, restorante dhe qendra turistike. Shkolla parashikohet pilotimin e profilit “*Kuzhinë*”, Niveli i III-të i KSHK-së në sistemin e arsimit dhe formimit profesional në formën e dyfishtë (arsimi dual) gjatë vitit shkollor 2024-2025.

Përdorimi i teknologjisë në turizëm

Përdorimi i softuerëve për menaxhimin e rezervimeve dhe promovimin e destinacioneve turistike është thelbësor. Për këtë arsye, në lëndët teorike të profilit “*Shërbimi në hoteleri*”, nxënësit duhet të kenë akses në platforma për menaxhimin e hoteleve dhe sisteme rezervimesh si Booking.com për menaxhimin e klientëve.

Qëndrueshmëria në turizëm

Integrimi i aftësive të qëndrueshmërisë dhe aftësive të gjelbra, me fokus në turizmin e qëndrueshëm dhe praktikat miqësore për mjedisin, është një prioritet për zhvillimin e profesionistëve të ardhshëm të turizmit. Në këtë drejtim, po implementohen qasje mbi turizmin e qëndrueshëm në planet mësimore.

4.3 Indikatorët e suksesit

Më poshtë paraqiten disa indikatorë dhe objektiva (target) të mundshëm për matjen e suksesit të procesit të konsultimit të ofertës në bashkëpunim me sektorin privat.

Tabela 2: Indikatorë për matjen e suksesit të konsultimit të ofertës në bashkëpunim me bizneset

Indikator	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 për 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
Kurrikula e re apo e adaptuar e një profili/moduli, në bashkëpunimin me biznesin	Po, realizuar

4.4 Instrumente mbështetës

Për të lehtësuar organizimin dhe realizimin e aktiviteteve të konsultimit të ofertës me sektorin privat sipas hapave të sugjeruar, më poshtë paraqiten disa mjete ndihmëse (instrumente), të rekomanduara për përdorim.

- Metodologjia e tryezave të dialogut (*Shtojca 9*);
- Model agjende e tryezave të dialogut të strukturuar (*Shtojca 10*);
- Model katalogu i ofertës së shkollës (*Shtojca 11*);
- Model ftese për pjesëmarrës në tavolinat e rrumbullakëta (*Shtojca 12*);
- Model pyetësori për mbledhjen e të dhënave mbi ofertën nga kompanitë (*Shtojca 13*).

Shënim: *Instrumentet mund të përdoren siç janë ose të (ri) modelohen sipas nevojës së përdoruesit.*

4.5 Sugjerime për bashkëpunim efektiv me sektorin privat për konsultimin e ofertës

Më poshtë jepen disa sugjerime për një bashkëpunim efektiv me sektorin privat për konsultimin e ofertës.

- Ftoni për pjesëmarrje dhe mbështetje biznese që kanë bashkëpunim të ngushtë me shkollën tuaj, që gëzojnë reputacion të mirë në komunitet, janë lider të industrisë në rajon, dhe/ose investojnë në zhvillim e vazhduar 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 drejttimeve 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 tryezat 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, duke u bazuar në numrin e të punësuarve, 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. Përpara organizimit të një takimi, është e rëndësishme të hartoni një listë të bizneseve të domosdoshme 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 rastin e tryezave të dialogut të strukturuar për hapjen e drejtiveve të reja, sugjerohet që organizimi i tyre të planifikohen të zhvillohen së paku në nëntorin e vitit paraardhës.
- Në hartimin e pyetësorit, 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.

4.6 Praktika të mira

Diversifikimi i ofertës në bashkëpunim me sektorin privat – Hapja e drejtimit “Teknologji ushqimore” në shkollën “Kolin Gjoka”, Lezhë

Iniciativa për hapjen e drejtimit “Teknologji ushqimore” në shkollën “Kolin Gjoka”, Lezhë, lindi nga dy përfaqësues të bizneseve partnere të shkollës në sektorin Hoteleri-Turizëm, të cilët janë njëkohësisht anëtarë të bordit të Shkollës. Përkatësisht nga z. Altin Prenga pronar i agroturizmit “Mrizi i Zanave” dhe z. Alfred Marku pronar i restorant “Rapsodia” dhe baxho “Rapsodia”.

Gjatë njërit prej takimeve të bordit, ku temë e planifikuar e diskutimeve ishin dinamikat e kërkesave të tregut, bazuar në nevojat që ata dhe bizneset e tjera të sektorit kishin, i propozuan 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 dhe 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. Duke qenë se shkolla nuk kishte fonde dhe as hapësira për laboratorë për këtë drejtim, ishte i nevojshëm dakordësimi paraprak me bizneset që nëse ky drejtim do të hapej, praktikat profesionale do të zhvilloheshin tërësisht në kompani.

Në nëntor të 2018, me mbështetjen e projektit “Aftësi për punë”, 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 e Arsimit, Formimit Profesional dhe Kualifikimeve (AKAFPK), si edhe drejtuesit dhe mësuesit e shkollës “Kolin Gjoka”. Gjatë seminarit u identifikuan nevojat për aftësi në këtë sektor dhe si dhe kompanitë u angazhuan për të kontribuar në promovimin e drejtimit të ri, mbështetje e shkollës për përshtatjen e kurrikulave sipas kontekstit lokal, si dhe ofrimin e praktikave profesionale për nxënësit në mjediset e tyre.

Dokumenti përmbledhës i seminarit u firmos nga të gjitha kompanitë pjesëmarrjes dhe u paraqit si kërkesë për hapjen e drejtimit mësimor “Teknologji Ushqimore”. Bordit drejtues miratoi propozimin dhe nënshkroi kërkesën për ministrinë e linjës, për të lejuar shkollën “Kolin

Gjoka” të ofrojë drejtimin e ri mësimor duke filluar nga viti i ardhshëm shkollor. Ministria e linjës e miratoi kërkesën gjashtë muaj më vonë.

Në shtator të 2019, 24 nxënës filluan studimet tyre në drejtimin mësimor “Teknologji Ushqimore”. Falë 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 shkolle dhe realizimi i praktikave profesionale për të gjithë nxënësit në mjediset e bizneseve.

Megjithëse hapja e këtij drejtimi përkoi me sfidat e pandemisë, ai u konsiderua një sukses për komunitetin, bizneset dhe vetë shkollën. Në vitin 2023, u diplomua grupi i parë i nxënësve në këtë drejtim. Të dhënat paraprake nga gjurmimi tregojnë se punësueshmëria e tyre është në nivele të kënaqshme.

5. Zbatimi i kurrikulës në nivel ofruesi

Zbatimi i kurrikulës në nivel ofruesi në AFP luan një rol të rëndësishëm në përgatitjen e nxënësve për tregun e punës, duke siguruar që ata të pajisen me aftësitë, njohuritë dhe kompetencat e nevojshme për të qenë të suksesshëm në karrierat e tyre profesionale.

5.1 Përfitimet nga zbatimi i kurrikulës në nivel ofruesi në bashkëpunim me sektorin privat

Zhvillimi i aktiviteteve që lidhen me zbatimin e kurrikulës në nivel ofruesi në bashkëpunim me sektorin privat, sjell një sërë përfitimesh për nxënësit, mësimdhënësit dhe IOAFP-të, si dhe për vetë bizneset. Disa nga përfitimet kryesore përfshijnë:

- Përfshirja e përfaqësuesve të sektorit privat në hartimin e tezave të provimeve të nivelit siguron vlerësimin e nxënësve bazuar në aftësitë dhe potencialet e tyre, duke simulimin e situatave reale të punës.
- Gjatë provimeve të nivelit, përfaqësuesit e biznesit mund të identifikojnë nxënës me potencial të lartë për rekrutim si punonjës të tyre.
- Orët mësimore me lektorë nga industria u japin nxënësve mundësinë të mësojnë drejtpërdrejt nga ekspertët dhe të njihen me tendencat dhe kërkesat e tregut.
- Ofrimi i materialeve mësimore nga sektori privat siguron që nxënësit të mësojnë me përmbajtje të përditësuar, të përshtatur me realitetin e industrisë.
- Trajnimet me specialistë të industrisë i ndihmojnë mësuesit të përditësojnë metodat e tyre të mësimdhënies, duke reflektuar ndryshimet në sektorin përkatës.
- Përfshirja e bizneseve në hartimin e tezave të provimeve dhe trajnimin e mësuesve siguron që shkolla të ofrojë një arsim të orientuar drejt tregut të punës.
- Bashkëpunimi i ngushtë me sektorin privat e bën shkollën më tërheqëse për nxënësit e rinj dhe prindërit, duke u garantuar atyre një formim cilësor dhe mundësi reale punësimi.
- Përfshirja në provimet e nivelit dhe orët mësimore i ndihmon bizneset të identifikojnë nxënës të talentuar dhe punonjës të ardhshëm.
- Duke ndihmuar në formimin e nxënësve, bizneset përfitojnë fuqi punëtore më të kualifikuar, duke minimizuar nevojën për trajnim të mëtejshëm dhe duke reduktuar në këtë mënyrë kostot për trajnimin e punonjësve të rinj.

5.2 Aktivitetet tipike të zbatimit të kurrikulës në nivel ofruesi me pjesëmarrjen e sektorit privat

Më poshtë paraqiten disa nga aktivitetet tipike të zbatimit të kurrikulës me pjesëmarrjen e sektorit privat. Për secilin aktivitet përshkruhet qëllimi, hapat kryesorë të organizimit, periudha e realizimit dhe aktorët e përfshirë.

Provimet e nivelit

Personat përgjegjës: drejtori i IOAFP-së, nëndrejtori i kulturës profesionale; koordinatori për marrëdhëniet me biznesin, koordinatori i zhvillimit të kurrikulës, mësuesit e praktikës profesionale, përfaqësues të biznesit

Periudha e realizimit: mars – qershor

Provimi i nivelit realizohet në përfundim të niveleve 2, 3 dhe 5 të KSHK-së dhe përfshin: (i) provimin përfundimtar të teorisë profesionale të integruar dhe (ii) provimin përfundimtar të praktikës profesionale të integruar.

Në përfundim të nivelit të 4-të të KSHK-së, nxënësi i nënshtrohet vetëm provimit përfundimtar të praktikës profesionale të integruar.

Referenca ligjore për përfshirjen e përfaqësuesve të biznesit në komisionin e provimeve përfundimtare praktike

- Komisionet e provimeve përfshijnë përfaqësues të biznesit apo ekspertë me përvojë teorike e praktike në fushën profesionale në fjalë, sipas rregullave të përcaktuara me urdhër të ministrit përgjegjës për AFP-në.⁹
- Ofruesi i AFP-së zbaton me përpikëri legjislacionin për angazhimin e bizneseve në komisionet e vlerësimit në provimet përfundimtare të praktikës profesionale për çdo kualifikim/kurs. Ofruesi i AFP-së merr masa që në komisionet e vlerësimit të jenë anëtarë specialistë, të cilët janë angazhuar më parë edhe si instruktorë në biznes.¹⁰
- Një nga anëtarët e komisionit të vlerësimit të provimit përfundimtar praktik (KVPP-së) të jetë përfaqësues (specialist/ekspert/mentor etj.) nga kompanitë/institucionet që angazhohen gjatë praktikave profesionale të nxënësve.¹¹

Pjesëmarrja e përfaqësuesit të biznesit në provimet e nivelit, nuk nënkupton angazhimin e tij vetëm gjatë ditës së provimit, në vlerësimin e nxënësve, por përfaqësuesi i biznesit, në cilësinë e anëtarit të komisionit, përfshihet edhe në hartimin e tezës së provimit.

Pjesëmarrja e bizneseve gjatë provimeve të nivelit, ofron përvojën nga mjedisi real i punës dhe e trajton këtë provim në përputhje me aktivitetet e mësuara përgjatë praktikës profesionale të lidhura me pozicionet reale të punëve në treg.

Hapat të cilat ndiqen për organizimin e provimeve të nivelit me pjesëmarrjen e përfaqësuesve të sektorit privat, janë si më poshtë:

- Identifikimi i bizneseve që mund të marrin pjesë në ndërtimin e tezës së provimit dhe në zhvillimin e provimit dhe vlerësimit.
- Përzgjedhja e bizneseve që do të jenë pjesë e procesit të provimit dhe ndarja e një materiali informues për provimet e nivelit bazuar në programet orientuese të drejtimeve/ profileve mësimore përkatëse.

⁹ Ligji 15/2017 "Për Arsimin dhe Formimin Profesional në Republikën e Shqipërisë"

¹⁰ Urdhër 220, datë 16.09.2020 për "Miratimin e rregullores për zbatimin e praktikave profesionale në biznes në kuadër të ndjekjes së programeve të AFP-së në institucionet publike të arsimit dhe formimit profesional"

¹¹ Udhëzimi i MFE Nr. 15, datë 26.04.2019 "Për organizimin dhe zhvillimin e provimeve në Arsimin dhe Formimin Profesional"

- Njoftimi i kompanive që do të jenë pjesë e procesit të provimeve dhe informimi i tyre mbi procesin dhe datat. Procesi i njoftimit dhe informimit të kompanive rekomandohet të ndodhë menjëherë pasi dalin programet orientues (mars).
- Përgatitja e testeve të niveleve nga komisionet përkatëse të vlerësimit të provimit përfundimtar teorik dhe praktik në bashkëpunim me bizneset. Ky proces ndodh gjatë periudhës prill - maj.
- Zhvillimi i provimeve të niveleve dhe vlerësimi i nxënësve nga komisioni i vlerësimit në bashkëpunim me biznesin. Ky proces ndodh gjatë periudhës maj – qershor.

Rishikimi i tezave të provimeve të nivelit të III-të në shkollën “Tregtare”, Vlorë

Gjatë vitit shkollor 2023-2024, shkolla “Tregtare” ndërmori një nismë për të rishikuar dhe përmirësuar tezat e provimeve të nivelit të III-të, për klasën e 12-të në drejtimin Hotelieri-Turizëm, me fokus të veçantë në profilin e kuzhinës. Objektivi kryesor ishte të sigurohej që provimet të pasqyronin realitetin dhe kërkesat e tregut të punës, duke siguruar që vlerësimi i nxënësve të pasqyronte standardet dhe nevojat e industrisë.

Për këtë arsye, shkolla ndoqi një qasje të strukturuar, duke përfshirë elementët kryesorë si:

- Përfshirja e bizneseve në hartimin e tezave të provimeve;
- Pjesëmarrja aktive e bizneseve gjatë zhvillimit të provimeve praktike;
- Analizimi i rezultateve dhe përfitimeve për nxënësit dhe tregun e punës;
- Perspektiva e ardhshme për zhvillimin e mëtejshëm të këtij modeli.

Në këtë kontekst, gjatë hartimit të tezave të provimit të praktikave u vendos që:

- Nxënësit të kenë liri krijuese për të përzgjedhur gatime që pëlqehen dhe kërkohen nga konsumatorët.
- Në tezen e provimit të përfshihen produkte dhe teknika të cilat përdoren dhe kërkohen nga bizneset.

Një shembull konkret i suksesit të kësaj metode ishte provimi i praktikës i nivelit të II-të KSHK-së për klasën e 11-të, ku nxënësi Elio Dulaj u punësua menjëherë nga Restorant Joni. Pronari i këtij biznesi i cili mori pjesë në hartimin e tezave dhe ishte i pranishëm edhe gjatë provimit vëzhgoi performacën e Elios dhe e identifikoi si një kandidat të talentuar, duke e rekrutuar menjëherë.

Ky shembull ilustron përfitimet e angazhimit të sektorit privat në hartimin e tezave të provimeve dhe pjesëmarrjen në komisionet e vlerësimit, duke ndihmuar në krijimin e një procesi vlerësimi që lidhet drejtpërdrejtë me punësimin dhe përgatitjen e nxënësve për tregun e punës.

Personat përgjegjës: koordinatori i zhvillimit të kurrikulave, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin; koordinatori i orientimit në karrierë

Periudha e realizimit: shtator-tetor (planifikimi); në varësi të programit (realizimi)

Ky aktivitet u mundëson bizneseve të ndajnë eksperiencën e tyre reale dhe shembuj konkretë mbi tregun e punës, duke ndihmuar nxënësit të njihen më nga afër me dinamikën e industrisë dhe kërkesat e sektorit.

Orët mësimore me lektorë nga industria mund të jenë të fokusuar në një pasqyrë të përgjithshme të industrisë, duke prezantuar tendencat dhe sfidat kryesore të sektorit. Gjithashtu, ato mund të jenë të fokusuar në tema specifike për të cilat biznesi ka ekspertizë dhe mund ta trajtojë me profesionalizëm. Sugjerohet që leksionet e hapura të organizohen në formë interaktive, duke u mundësuar nxënësve të mësojnë përmes pyetjeve dhe diskutimeve.

Për organizimin e orëve mësimore me lektorë nga industria mund të ndiqen hapat e mëposhtëm:

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

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

Personat përgjegjës: koordinatori i zhvillimit të vazhduar profesional, koordinatori i kurrikulave, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin

Periudha e realizimit: shtatori – tetor (planifikimi); në varësi të kalendarit (realizimi i trajnimeve)

Stafi i kompanive në bazë të eksperiencës dhe fokusit që kanë në një profil të caktuar mund të luajnë një rol kyç si trajner për mësuesit e kulturës profesionale. Trajnimi nga specialistë të industrisë u mundëson mësuesve të përditësojnë njohuritë e tyre dhe të mësojnë mbi praktikat më të mira dhe risitë teknologjike në industri të caktuara.

Për realizimin e trajnimit të mësuesve nga specialistë të fushës së industrisë mund të ndiqen hapat e mëposhtme:

- Identifikimi i nevojave të mësuesve për trajnime të cilat mund të mbulohen nga lektorë nga biznesi;
- 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.

Ofrimi i materialeve mësimore (për nxënësit dhe mësuesit) nga kompanitë

Personat përgjegjës: drejtuesi i IOAFP-së, koordinatori i kurrikulave, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin, koordinatori i zhvillimit të vazhduar profesional, mësimezhënësit e praktikës profesionale, personi përgjegjës për bibliotekën

Periudha e realizimit: gjatë gjithë vitit shkollor

Sektori privat është i informuar mbi zhvillimet më të fundit dhe nevojat e tregut të punës, duke pasur qasje në materiale të reja, literaturë teknike dhe udhëzime praktike mbi fusha të ndryshme profesionale. Falë bashkëpunimit me sektori privat, shkollat profesionale mund të përfitojnë nga kjo ekspertizë, duke u pajisur me materiale të përditësuara, të cilat ndihmojnë në përmirësimin e cilësisë së mësimezhënies, përgatitjen më të mirë të nxënësve për tregun e punës, si dhe përshtatjen e kurrikulës me kërkesat e industrisë.

Hapat që mund të ndiqen:

- 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;
- Preventivimi i materialeve nga shkolla;
- Vënia në dispozicion e materialeve në shkollë për nxënësit dhe mësuesit.

Në shkollën “Kolin Gjoka”, në kuadër të zbatimit të kurrikulës në nivel ofruesi, u organizuan një sërë takimesh me përfaqësues të bizneseve për të siguruar një bashkëpunim efektiv në disa drejtime kryesore si:

- përzgjedhja e moduleve me zgjedhje;
- hartimi i programeve mësimore të praktikës profesionale, në bashkëpunim me bizneset;
- mundësimi i materialeve mësimore nga bizneset;
- koordinimi me bizneset për zhvillimin e konkurseve, me qëllim përzgjedhjen e profileve të nxënësve bazuar në vlerësimin e aftësive të tyre.



Zbatimi i kurrikulës në nivel ofruesi në shkollën “Kristo Isak”

Gjatë vitit shkollor, koordinatori i kurrikulës, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin dhe nga konkluzionet e takimeve në njësinë e zhvillimit me mësimdhënës të praktikës profesionale u identifikuan çështjet që mund të trajtohen më nxënësit nga lektorë të ftuar nga bizneset.

Fillimisht, mësimdhënësit e praktikës profesionale përcaktuan temat kryesore që konsiderohen të nevojshme për t'u trajtuar nga ekspertët e industrisë, si në shembullin më poshtë për tre profilet kryesore të shkollës.

Pasi u identifikuan bizneset e përshtatshme, u dakordësuan me to datat konkrete për zhvillimin e temave të planifikuara. Kjo i mundësoi nxënësve të marrin informacion të detajuar nga specialistët e fushës dhe të krijojnë mundësi për shkëmbim të drejtpërdrejtë të njohurive me ekspertët e industrisë.

N r	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.	Guidë i certifikuar.
3.	Hoteleri-Turizëm	Kuzhinë - Pasticëri	Përgatitja e asortimenteve të pasticërisë.	Përgatitja e asortimenteve me brumë të ardhur dhe tortave të akullit.	Pasticëri

5.3 Hapat për zbatimin e kurrikulës në nivel ofruesi me përfshirjen e sektorit privat

Figura e mëposhtme përmbledh hapat që mund të ndërmerren për përfshirjen e sektorit privat në aktivitetet të cilat lidhen me zbatimin e kurrikulës në nivel ofruesi.

Figura 3: Hapat për zbatimin e kurrikulës me përfshirjen e sektorit privat



Zbatimi i kurrikulës në nivel ofruesi me përfshirjen e sektorit privat, përfshin një sërë aktivitete që, edhe pse të ndërlidhura mes tyre, mund të ndodhin paralelisht pa ndikuar tek njëri-tjetri. Hapi i parë i secilit aktiviteti, qoftë zhvillimi i provimeve të nivelit, trajnimet me lektorë nga industria, orët mësimore të hapura, apo marrja e materialeve mësimore nga kompanitë, është *identifikimi i nevojave të shkollës*. Më pas, identifikohen bizneset potenciale të cilët mund të përfshihen në këto aktivitete. Lidhur me zhvillimin e provimeve të nivelit, diskutimet organizohen në nivel departamentin me qëllim përzgjedhjen e bizneseve të duhura.

Hapi i dytë përfshin *informimin dhe dakordësimin e bizneseve* për pjesëmarrjen e tyre. Pas vendosjes së kontakteve dhe njohjes së bizneseve me aktivitetet e planifikuara, shkolla organizon takime individuale me përfaqësuesit e tyre. Këto takime shërbejnë për t'i *informuar bizneset* në mënyrë më të detajuar mbi rolin e tyre në aktivitetin përkatës, qoftë për provimet e nivelit, orët mësimore të hapura apo trajnimin e mësuesve.

Pas dakordëimit, hapi vijues është *përcaktimi i elementëve të aktivitetit dhe koordinimi me bizneset*. Për provimet e nivelit, kjo përfshin përcaktimin e komisionit të provimeve, datave dhe hartimin e tezës së provimit. Për orët mësimore të hapura dhe trajnimet, ky proces përfshin dakordësimin e temës, datës, orës dhe vendit të zhvillimit të aktivitetit.

Në fund, aktivitetet finalizohen me *zhvillimin dhe dokumentimin* e tyre. Provimet e nivelit përfundojnë me vlerësimin e nxënësve dhe regjistrimin e rezultateve në procesverbale, ndërsa leksionet e hapura dhe trajnimet mund të dokumentohen përmes raporteve të shkurtra dhe materialeve vizuale si foto apo përmbledhje të aktivitetit. Ky proces i qartë dhe i strukturuar siguron që çdo aktivitet të zhvillohet në mënyrë efektive, duke forcuar bashkëpunimin midis shkollave dhe sektorit privat për një përgatitje më cilësore të nxënësve për tregun e punës.

5.4 Indikatorët e suksesit

Më poshtë paraqiten disa indikatorë dhe objektiva (target) të mundshëm për matjen e suksesit të procesit të zbatimit të ofertës në bashkëpunim me sektorin privat. Indikatorët e sugjeruar ndihmojnë në matjen e suksesit të aktiviteteve që ndërmerren në bashkëpunim me sektorin privat, ofrojnë një bazë të mirë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura si dhe lejojnë identifikimin e arritjeve dhe fushave që kanë nevojë për përmirësim.

Tabela 3: Indikatorë për matjen e suksesit të zbatimit të ofertës në bashkëpunim me bizneset

Indikator	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 orëve mësimore me lektorë nga industria	Minimumi 1 orë mësimore e hapur me lektor nga industria (për secilin mësues).
Numri i trajnimeve për mësuesit nga biznesi	Minimumi 1 trajnim nga biznesi në vit
Materiale mësimore të marra nga industria	Referenca të materialeve ose bashkëpunim i biznesit për krijimin e materialeve mësimore.

5.5 Instrumente mbështetës

Për të lehtësuar organizimin dhe realizimin e aktiviteteve të cilët lidhen me kurrikulën e aplikuar në nivel ofruesi, në bashkëpunim me sektorin privat sipas hapave të sugjeruar, më poshtë paraqiten disa mjete ndihmëse (instrumente), të rekomanduara për përdorim.

- Format i njoftimit për provimet e nivelit (*Shtojca 14*);
- Shembull material informues për provimet e nivelit bazuar në programet orientuese për provimet përfundimtare (*Shtojca 15*); (*provimi në mjediset e shkollës Shtojca 15.a*); (*provimi në mjediset e shkollës ose në aktivitete private Shtojca 15.b*);
- Format i urdhrit të brendshëm për ngritjen e “Komisionit të vlerësimit të provimit përfundimtar teorik” dhe “Komisionit të vlerësimit të provimit përfundimtar praktik” (*Shtojca 16*);
- Format i listës me çështje që mund të mbulohen me lektorë nga industria (*Shtojca 17*);
- Format i kalendarit të takimeve me lektorët nga industria (*Shtojca 18*).

Shënim: Instrumentet mund të përdoren siç janë ose të (ri) modelohen sipas nevojës së përdoruesit.

5.6 Sugjerime për bashkëpunim efektiv me sektorin privat për zbatimin e ofertës në nivel ofruesi

Më poshtë jepen disa sugjerime për një bashkëpunim efektiv me sektorin privat për zbatimin e ofertës në nivel ofruesi.

- 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 duhet të jenë vigjilentë në evidentimin e mundësisë për të marrë nga industria materiale dhe informacionet më të fundit.

5.7 Praktika të mira

Zhvillimi i provimeve të nivelit në bashkëpunim me sektorin privat - Shkolla “Hamdi Bushati”, Shkodër

Në kuadër të zbatimit të Udhëzimit nr. 15, datë 26.4.2019 “Për organizimin dhe zhvillimin e provimeve në arsimin dhe formimin profesional”, shkolla “Hamdi Bushati”, Shkodër ndoqi një proces të strukturuar për përfshirjen e bizneseve në zhvillimin e provimeve të nivelit, për të garantuar një vlerësim realist të nxënësve, në përputhje me kërkesat e tregut të punë.

Fillimisht, u organizuan një sërë konsultimesh të brendshme në departamentet përkatëse për të identifikuar dhe përzgjedhur ato biznese të cilët kishin përqindjen më të madhe të nxënësve të cilët zhvillonin praktika profesionale si dhe ishin të gatshëm të merrnin pjesë në këtë proces.

Pas këtij hapi fillestar, shkolla nisi takime me përfaqësues të bizneseve në mjediset e këtyre të fundit, më qëllim dakordësimin për përfshirjen e tyre në provimet e nivelit. Në përfundim të kësaj faze, me urdhër të brendshëm të drejtorit të shkollës u ngritën “Komisioni i provimeve përfundimtare”, “Komisioni i vlerësimit të provimit përfundimtar teorik” dhe “Komisioni i vlerësimit të provimit përfundimtar praktik”, si dhe u caktuan datat e provimeve të nivelit.

Në javën përpara zhvillimit të provimeve, u mbajtën takime individuale me përfaqësuesit e bizneseve, ku u trajtuan tematika të rëndësishme si grafiku i realizimit të provimeve të praktikës profesionale të integruar, programi i orientimit të provimeve të nivelit, instrumentet e vlerësimit si dhe mënyra e realizimit të vlerësimit të nxënësve.

Në datat e përcaktuara të provimeve të nivelit, sipas organizimit paraprak, përfaqësuesit e biznesit ishin të pranishëm dhe morën pjesë aktive në proces. Ata drejtuan pyetje për nxënësit gjatë zhvillimit të provimeve, duke testuar njohuritë dhe aftësitë e tyre në situata praktike të

ngjashme me ato që hasen në vendin e punës. Përfaqësuesit e sektorit privat ndanë opinionet e tyre mbi performancën e nxënësve dhe ndihmuan në vlerësimin final të tyre. Procesi u finalizua me firmosje të procesverbaleve për vendosjen e notave, duke siguruar një vlerësim transparent dhe të bazuar në kriteret e tregut të punës.

Përfshirja e bizneseve në këtë proces, jo vetëm përmbushi një detyrim ligjor të shkollës, por rriti besueshmërinë dhe cilësinë e provimeve të nivelit si dhe forcoi bashkëpunimin mes shkollës dhe sektorit privat. Pjesëmarrja e bizneseve në provimet e nivelit garantoj që vlerësimi i nxënësve të mos ishte thjesht një proces akademik, por të reflektonte realisht kërkesat dhe standardet e industrisë, duke i ndihmuar nxënësit të jenë sa më të përgatitur për të hyrë në tregun e punës.

6. Orientimi në Karrierë

Karriera është rruga që bën individi përgjatë shkollës dhe punës. Karriera gjithmonë e më shumë po konsiderohet si një “rrugë që ndërtohet” nga individi përmes një sërë zgjedhjesh që ai/ajo bën lidhur me të mësuarit, punën dhe zhvillimin profesional përgjatë gjithë jetës.

Me orientim për karrierën 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 këtë kontekst, procesi i orientimit për karrierën synon zhvillimin dhe rritjen individuale të nxënësve, duke i aftësuar ata të marrin vendime të informuara dhe autonome rreth karrierës së tyre. Shkollat e AFP-së organizojnë aktivitete të orientimit në karrierë në dy faza kryesore: (i) përpara hyrjes në AFP, dhe (ii) gjatë studimeve në AFP. Përgjatë të dy këtyre fazave, bashkëpunimi mes ofruesve të AFP-së dhe biznesit, mundëson një njohje sa më të mirë të ofertës së AFP-së, me drejtimet dhe profilet përkatëse si dhe orientim sa më të mirë të nxënësve për përzgjedhjen e profileve dhe profesionit nëpërmjet informimit real mbi tregun e punës. Falë orientimit në karrierë në bashkëpunim me sektorin privat, nxënësit qartësohen mbi aftësitë, kompetencat, detyrat e përgjegjësitë e kërkuara për një profil apo drejtim të përcaktuar.

Kontributi i procesit të orientimit për karrierën është i domosdoshëm për të rritur përputhshmërinë mes kërkesës dhe ofertës për aftësi në treg. Është thelbësore që këshillimi dhe orientimi për karrierën të jenë në harmoni me planin strategjik të institucioneve të AFP-së, i cili përfshin misionin, vizionin dhe objektivat strategjike të tyre. Kjo sinergji siguron që të gjitha iniciativat të kontribuojnë efektivisht në realizimin e misionit të institucionit në shërbim të nxënësve, mësuesve, stafit, prindërve dhe komunitetit.

6.1 Përfitimet nga orientimi në karrierë në bashkëpunimin me sektorin privat.

Zhvillimi i aktiviteteve që lidhen me orientimin në karrierë në bashkëpunim me sektorin privat sjell një sërë përfitimesh për nxënësit, shkollën dhe vetë sektorin privat, duke krijuar një lidhje më të fortë mes arsimit dhe tregut të punës.

- Shkollat e AFP-së krijojnë një avantazh konkurrues në treg duke shmangur njëanshmëritë e zakonshme kah arsimin të përgjithshëm dhe shërben për të nxjerrë në pah veçoritë dhe avantazhet e AFP-së.
- Lehtëson kuptueshmërinë e ofertës së AFP-së duke lehtësuar zgjedhjen e nxënësve. AFP-ja ofron shumë drejtime dhe profile specifike të cilat mund të jenë ngatërruese për nxënësit dhe prindërit e tyre. Orientimi për karrierën shërben për të lehtësuar zgjidhjet e secilit nxënës.
- Njohje dhe informacion më i plotë lidhur me tregun e punës, pagave, aftësive praktike në pozicione konkrete pune etj.
- Përforsim të vetëbesimit dhe vetëvlerësimit të nxënësve të AFP-së. Orientimi i duhur për karrierën i ndihmon nxënësit të kuptojnë nevojat dhe preferencat e tyre për

karrierën bazuar në pikat e forta dhe karakteristikat e tyre, duke iu kundërvënë në këtë mënyrë sitgmës që shpesh shoqëron nxënësit e arsimit profesional. Në këtë mënyrë nxënësit kanë një qasje më aktive dhe janë më të angazhuar në procesin e të mësuarit.

- Mundëson një tranzicion të lehtë të kalimit nga shkolla në punë, duke kontribuar në një shkallë më të lartë përputhshmërie mes kërkesës dhe ofertës për aftësi, që është një nga faktorët kryesorë përgjegjës për nivelin e lartë të papunësisë.

6.2 Aktivitetet tipike të orientimit të karrierës me pjesëmarrjen e sektorit privat

Më poshtë paraqiten disa nga aktivitetet tipike të orientimit në karrierë me pjesëmarrjen e sektorit privat. Për secilin aktivitet përshkruhet qëllimi, hapat kryesorë të organizimit, periudha e realizimit dhe aktorët e përfshirë.

Orientimi i nxënësve të shkollave 9-vjeçare drejt arsimit profesional

Personat përgjegjës: koordinatori i marrëdhënieve me biznesin, koordinatori i orientimit në karrierë

Periudha e realizimit: mars - shtator

Në bashkëpunim me sektorin privat, shkollat e AFP-së organizojnë aktivitete të orientimit të nxënësve të klasave të 9-ta drejt arsimit profesional. Këto mund të jenë vizita në shkollat e arsimit 9-vjeçar, ditë të hapura në shkollë me pjesëmarrjen e sektorit privat, apo vizita në mjediset e biznesit. Organizimi i këtyre aktiviteteve me pjesëmarrjen e sektorit privat, ofron një orientim të bazuar në informacione reale të tregut të punës. Në këtë mënyrë, nxënësit informohen mbi profilet dhe drejtimet specifike, duke i lidhur ato me shembuj nga poste pune reale. Gjithashtu, nxënësit krijojnë një pasqyrë të qartë të aftësive dhe kualifikimeve që kërkohen për këto pozicione.

Për organizimin e aktiviteteve të orientimit në karrierë të nxënësve të shkollave 9-vjeçare me pjesëmarrjen e sektorit privat, mund të ndiqen këto hapa:

- Identifikimi i bizneseve që mund të marrin pjesë në orientimin e nxënësve të klasave të 9-ta drejt arsimit profesional.
- Komunikimi dhe dakordësimi me bizneset për të qenë pjesë e takimeve me nxënësit për orientimin e tyre në karrierë.
- Ndarja e informacionit me bizneset, si oferta mësimore e shkollës, profilet e kërkesave të profesioneve, etj..
- Koordinimi dhe përcaktimi i kalendarit të aktiviteteve të orientimit në karrierë për nxënësit e shkollave 9-vjeçare (çaktimi i datës, orarit, vendi i organizimit të aktivitetit i cili mund të jetë në shkollë ose në mjediset e biznesit.
- Realizimi i aktiviteteve.

Orientimi për përzgjedhjen e profileve të nxënësve të shkollës

Personat përgjegjës: koordinatori i orientimit në karrierë, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin, përgjegjësit e departamenteve

Periudha e realizimit: prill - maj

Këshillimi për zgjedhjen e profilit bëhet në përfundim të klasës së 11-të, zakonisht në periudhën prill-maj. Ndërkohë, nxënësit kanë kohë të vendosin deri në shtator. Gjatë procesit të përzgjedhjes së profileve, organizimi i takimeve mes nxënësve dhe bizneseve është i rëndësishëm për t'u ofruar atyre informacion sa më të plotë rreth mundësive që ofron tregu i punës. Këto takime u mundësojnë nxënësve qartësi për çdo profil të mundshëm që mund të ndjekin, si dhe të kuptojnë më mirë çfarë nevojash e tregu i punës për ato profile.

Për organizimin e aktiviteteve të orientimit në karrierë për përzgjedhjen e profileve me pjesëmarrjen e sektorit privat, mund të ndiqen hapat e mëposhtme:

- 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.

Orientimi drejt profesionit

Personat përgjegjës: instruktori në biznes, koordinatori i orientimit në karrierë, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin

Periudha e realizimit: shtator – tetor; janar - prill

Organizimi i takimit të nxënësve maturantë me bizneset me qëllim orientimin drejt profesionit, mundëson një qartësim edhe më të madh për nxënësit mbi nevojat e tregut, dinamizmin e posteve të punës, pagave, mundësitë për rritje profesionale dhe ekonomike në industrinë përkatëse etj.

Për organizimin e aktiviteteve për orientimin drejt profesionit të nxënësve maturantë me pjesëmarrjen e sektorit privat, mund të ndiqen hapat e mëposhtëm:

- Identifikimi i bizneseve potenciale për të t'u përfshirë në orientimin drejt profesionit të nxënësve maturantë.
- Dakordësim dhe koordinim mes aktorëve për aktivitetin.
- Zhvillimi i takimeve biznes-nxënës me fokus punësimin apo dhe vijimin e studimeve universitare.

Kutizat e mëposhtme pasqyrojnë shembuj konkretë të angazhimit të sektorit privat në orientimin në karrierë të nxënësve në bashkëpunim me sektorin privat në tre nga shkollat partnere të projektit "Aftësi për Punë", përkatësisht shkolla "Tregtare", Vlorë, "Kolin Gjoka", Lezhë dhe "Kristo Isak", Berat.

Për promovimin shkolla **“Tregtare”**, Vlorë vendosi që të përfshinte bizneset partnere në takimet me klasat e 9-ta. Kjo iniciativë kishte për qëllim jo vetëm prezantimin e mundësive që ofron arsimit profesional, por edhe sjelljen e historive reale të suksesit nga përfaqësues të industrive të ndryshme.

Nëpërmjet këtyre takimeve ndërmjet nxënësve të klasave të 9-ta dhe përfaqësuesve nga biznese të ndryshme, nxënësit patën mundësinë të njihen më nga afër me realitetin e tregut të punës, të kuptojnë sfidat dhe avantazhet e secilit sektor dhe të fillojnë të mendojnë për mundësitë e tyre të ardhshme profesionale. Ndërkohë, përfaqësuesit e bizneseve ndanë eksperiencat e tyre, rrugëtimin profesional dhe rëndësinë e aftësive që kërkohen sot në tregun e punës.

Kjo qasje jo vetëm që informoi nxënësit mbi nevojat aktuale të industrisë, por gjithashtu ndihmoi në përcaktimin e pritshmërive të tyre dhe në formësimin e vendimmarrjes për arsimin e tyre të ardhshëm. Përmes këtij formati interaktiv, nxënësit e klasave të 9-ta patën një panoramë më të qartë të mundësive të punësimit, duke i ndihmuar ata të reflektonin mbi pse dhe si mund të angazhohen në këto industri në të ardhmen.

Shkolla **“Kolin Gjoka”**, ka konsideruar si element të rëndësishëm për orientimin në karrierë organizimin e takimeve mes bizneseve partnere dhe prindërve të nxënësve të klasave të 9-ta. Duke pasur parasysh rolin e rëndësishëm që prindërit luajnë në zgjedhjet e fëmijëve të tyre, këto takime synuan informimin e tyre mbi zhvillimet më të fundit të industrisë, nevojat e tregut të punës dhe mundësitë e bashkëpunimit që shkolla ka me sektorin privat. Në këtë mënyrë, prindërit krijuan një pamje më të qartë mbi profesionet e kërkuara, mundësitë e punësimit për të rinjtë dhe avantazhet e ndjekjes së arsimit profesional.

Duke marrë parasysh dinamikat e zhvillimit të tregut të punës, shkolla “**Kristo Isak**” e konsideroi të nevojshme që, përveç orientimit të nxënësve që zhvillohet nga koordinatori i orientimit të karrierës dhe mësimdhënësit e praktikës profesionale, të përfshihej edhe sektori privat në orientimin për përzgjedhjen e profileve mësimore sipas drejtimeve përkatëse. Kjo qasje siguroi që nxënësit të kishin më shumë informacion të saktë, koherent dhe të besueshëm, duke i ndihmuar ata të bëjnë zgjedhje të informuar.

Fillimisht, shkolla identifikoi 10 biznese potenciale për të zhvilluar takime me nxënësit dhe për të organizuar vizita në mjediset e punës, ku nxënësit do të njiheshin nga afër me postet e punës sipas profileve mësimore për çdo kualifikim profesional. Pas analizimit të nivelit të bashkëpunimit, dhe mundësive që ofronin bizneset për nxënësit, u përzgjedhën tre kompani, sipas profileve kuzhinë-pastiçeri, shërbime në hotel dhe restorant, dhe kujdesi për fëmijë në drejtimin “Shërbim social shëndetësor”.

Këto biznese u përzgjedhën jo vetëm për nivelin e lartë të angazhimit të tyre në programet e praktikës profesionale, por edhe sepse ofronin më shumë mundësi për zhvillimin e moduleve profesionale dhe avancimin e aftësive praktike të nxënësve.

Përfaqësuesit e biznesit realizuan takimet me nxënësit e klasave të XI-ta, në klasën e mësimin të kombinuar, duke ndarë me ta informacione mbi kërkesat e tregut të punës, perspektivat e punësimit dhe aftësitë më të rëndësishme që kërkohen nga punëdhënësit. Dy ditë më pas, nxënësit vizituan bizneset përkatëse, duke parë nga afër postet e punës, dhe duke u njohur me detyrat dhe përgjegjësitë e secilit post pune. Kjo i ndihmoi nxënësit të krijojnë ide më të qarta mbi mundësitë e karrierës, përpara se të vijonin me përzgjedhjen e profilit të tyre.

6.3 Indikatorët e suksesit

Më poshtë paraqiten disa indikatorë dhe objektiva (target) të mundshëm për matjen e suksesit të procesit të orientimit në karrierë të nxënësve në bashkëpunim me sektorin privat. Indikatorët e sugjeruar ndihmojnë në matjen e suksesit të aktiviteteve që ndërmerren në bashkëpunim me sektorin privat, ofrojnë një bazë të mirë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura si dhe lejojnë identifikimin e arritjeve dhe fushave që kanë nevojë për përmirësim.

Tabela 4: Indikatorë për matjen e suksesit të orientimit në karrierë të nxënësve në bashkëpunim me bizneset

Indikator	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 t'u informuar mbi karakteristikat e profileve dhe drejtimeve	Minimumi 1 takim me bizneset të secilit profil që nxënësit mund të zgjedhin
Nxënës të punësuar, pas takimeve për punësime me biznese	Mbi 50% të nxënësve të punësuar

6.4 Hapat për organizimin e aktiviteteve të orientimit në karrierë me përfshirjen e sektorit privat

Figura e mëposhtme përmbledh hapat që mund të ndërmerren për organizimin e aktiviteteve të orientimit në karrierë të nxënësve me përfshirjen e sektorit privat.

Figura 4: Hapat për përfshirjen e sektorit privat në aktivitetet për orientimin në karrierë të nxënësve



Hapi fillestar për organizimin e aktiviteteve të orientimit në karrierë me përfshirjen e sektorit privat është *planifikimi fillestar i aktiviteteve nëpërmjet identifikimit të bizneseve potenciale*.

Pas identifikimit të bizneseve, shkolla duhet të *koordinojë aktivitetet mes aktorëve* të përfshirë. Kjo përfshin, ndër të tjera, *hartimin e materialeve informuese* që parashikohet të shpërndahen gjatë këtyre aktiviteteve. Materiale e hartuara, do t'u vihen paraprakisht në dispozicion bizneseve për të siguruar që informacioni i dhënë gjatë aktiviteteve të jetë i qartë dhe i strukturuar mirë.

Pasi të jetë dakordësuar mbi praninë e bizneseve dhe tematikave që do të trajtohen, shkolla *përcakton kalendarin e aktiviteteve*, duke përfshirë datat, vendin si dhe detaje të tjera të nevojshme që do të ndihmojnë në organizimin e aktiviteteve të suksesshme.

Procesi përmbyllet me *zhvillimin e aktiviteteve të planifikuara*. Këto mund të përfshijnë vizita në shkollat 9 vjeçare për orientimin e nxënësve drejt arsimit profesional, apo vizita të nxënësve të klasave të 9-ta në mjediset e bizneseve; takime orientuese me praninë e bizneseve për nxënësit që do të zgjedhin profilet; takime në mjediset e shkollës apo bizneseve më qëllim njohjen e nxënësve me mundësitë e punësimit.

6.5 Instrumente mbështetës

Për të lehtësuar organizimin dhe realizimin e aktiviteteve të cilët lidhen me orientimin në karrierë të nxënësve në bashkëpunim me sektorin privat sipas hapave të sugjeruar, më poshtë paraqiten disa mjete ndihmëse (instrumente), të rekomanduara për përdorim.

- Përshkrimet e Karrierës (mundësitë dhe postet e punës që realizohen) për drejtimet e shkollës (*Shtojca 19*);
- Format i profilit të kompanive bashkëpunuese (*Shtojca 20*);
- Lista e kompanive partnere (që i përkasin drejtimeve të shkollës) (*Shtojca 21*);
- Letër informuese me të dhëna mbi drejtimet/profilet për prindërit dhe kompanitë (*Shtojca 22*);
- Format përmbledhës i të dhënave nga gjurmimi i nxënësve (*Shtojca 23*);
- Format përmbledhës i të dhënave nga praktikat në biznes (*Shtojca 24*).

Shënim: Instrumentet mund të përdoren siç janë ose të (ri) modelohen sipas nevojës së përdoruesit.

6.6 Sugjerime për bashkëpunim efektiv me sektorin privat për orientimin në karrierë të nxënësve

Më poshtë jepen disa sugjerime për një bashkëpunim efektiv me sektorin privat për orientimin në karrierë të nxënësve.

- Fillimi i takimeve dhe promovimi i arsimit dhe formimit profesional në bashkëpunim me bizneset duhet të nisë në një fazë më të hershme, duke përfshirë nxënësit e shkollave 9-vjeçare që nga klasat e 6-ta dhe të 7-ta. Kjo qasje ndihmon në krijimin e një ndërgjegjësimi të hershëm mbi mundësitë që ofron arsimit profesional.
- Organizimi i vizitave në mjediset e biznesit për nxënësit e shkollave 9-vjeçare do të mundësonte një ekspozim më të drejtpërdrejtë ndaj tregut të punës, duke i njohur ata jo vetëm me anëtarët e stafit të kompanive, por edhe me pozicionet konkrete të punës dhe proceset e përditshme të një profesionisti në sektorin përkatës. Kjo do t'u jepte nxënësve një përvojë më të qartë mbi tregun e punës dhe mundësitë e karrierës.
- Përzgjedhja e bizneseve pjesëmarrëse në këto takime është një element kyç për suksesin e aktiviteteve. Bizneset e përfshira duhet të kenë përfaqësues me aftësi të mira komunikuese dhe motivuese, në mënyrë që aktivitetet të jenë sa më efektive dhe tërheqëse për nxënësit. Në rastet kur identifikohen biznese që nuk e përmbushin këtë kriter dhe nuk arrijnë të komunikojnë në mënyrë efektive me të rinjtë, do të ishte e udhës që ato të mos konsiderohen për aktivitete të ngjashme në të ardhmen.

7. Projektet e përbashkëta

Sipas përkufizimit të PMBOOK,¹² një projekt përcaktohet si një përpjekje e përkohshme e ndërmarrë për të krijuar një produkt ose shërbim unik, përgjithësisht të ri ose të përmirësuar. Projekti kryesisht drejtohet nga një menaxher projekti, i cili siguron arritjen e objektivave dhe ndarjen e qartë të roleve dhe përgjegjësi të të gjithë atyre që marrin pjesë në të. Gjithashtu, projekti kërkon burime financiare dhe njerëzore në afatet e kohore të mirë përcaktuara.

Në rastin e AFP-së, një projekt nënkupton një seri aktivitete të koordinuara dhe të ndërmarra për një qëllim të caktuar në përputhje me misionin, vizionin dhe prioritetet strategjike të institucionit.

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.

7.1 Përfitimet nga realizimi i projekteve të përbashkëta me sektorin privat

Bashkëpunimi dhe përfshirja e bizneseve në aplikimin dhe zhvillimin e projekteve ofron vlerë të shtuar për shkollat e AFP-së. Bashkëpunimi sjell përfitime të shumta, duke përfshirë:

- Investime në infrastrukturë, pasi kontributet financiare ose në natyrë nga bizneset mund të përdoren për të përmirësuar infrastrukturën, pajisjet dhe mjetet mësimore, çka rrit cilësinë e arsimit të ofruar.
- Kurrikula të përditësuara të cilat reflektojnë nevojat aktuale të sektorit privat dhe standardet e industrisë, duke siguruar një arsim më relevant dhe të orientuar drejt punësimit.
- Mbështetje për zhvillimin profesional të mësuesve apo instruktorëve, përmes trajnimeve apo ofrimit të materialeve nga sektori privat.
- Zhvillimi i aftësive specifike teknike ose të buta ose përshtatja e aftësive me kërkesat e tregut.
- Shkëmbime midis shkollave, nxënësve dhe stafit pedagogjik stimulojnë ndarjen e njohurive dhe përvojave.
- 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-së, ose nga vetë sektori privat. Në disa raste, projektet mundësojnë përfitim të drejtpërdrejtë edhe për bizneset bashkëpunuese, nëpërmjet incentivave të formave të ndryshme.

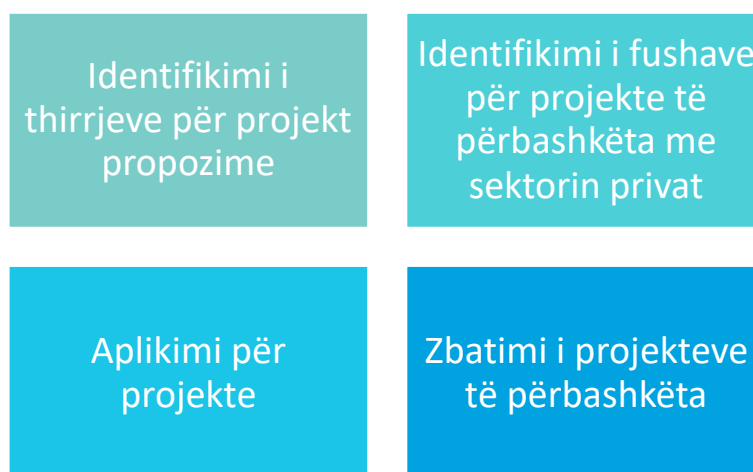
¹² Përkufizimet bazohen në PMBOOK të Institutit të Menaxhimit të Projektit. Për më tepër <https://www.pmi.org/>

Projekti “Aftësi për punë”, për t’i ardhur në ndihmë institucioneve ofruese të arsimit dhe formimit profesional për aplikim dhe zbatimin me sukses të projekteve të ndryshme ka hartuar udhëzuesin “Zhvillimi dhe menaxhimi i projekteve”. Për një informacion më të detajuar udhëzuesin e gjeni në linkun e vendosur më poshtë.¹³

7.2 Hapat për realizimin e projekteve të përbashkëta me sektorin privat

Figura e mëposhtme përmbledh hapat për realizimin e projekteve në bashkëpunim me sektorin privat.

Figura 5: Hapat për realizimin e projekteve në bashkëpunim me sektorin privat



Procesi fillon me *identifikimin e thirrjeve për projekt propozime*. Në këtë fazë, koordinatori i projekteve në njësinë e zhvillimit, bashkë me drejtuesin e institucionit, shqyrtojnë thirrjet dhe përzgjedhin ato që kanë një përputhshmëri të lartë me objektivat strategjike të shkollës. Gjithashtu, merret në konsideratë edhe nëse aktivitetet që mund të realizohen gjatë zbatimit të projektit mund të mbulojnë nevoja të ndryshme të shkollës. Më tej, në bashkëpunim edhe me koordinatorin e marrëdhënieve me biznesin, fillon *identifikimi i bizneseve të mundshme për bashkëpunim*.

Në varësi të natyrës së thirrjes për aplikim dhe kriterëve specifike, koordinatori i marrëdhënieve me biznesin dhe koordinatori i projekteve *identifikojnë fushat e mundshme për bashkëpunim si edhe bizneset potenciale* për t’u përfshirë. Pas identifikimit, vijohet me *diskutimin nga afër me bizneset*, të cilëve u prezantohet thirrja për t’u familjarizuar edhe më tepër me objektivat, përfitimet dhe kriteret e projektit.

Pas familjarizimit të biznesit me thirrjen e aplikimit dhe dakordësisë për të qenë pjesë e aplikimit, *përcaktohen bashkërisht me biznesin detyrat e secilës palë*, dhe dakordësohen kontributet e secilës palë. Pas qartësimit të aktiviteteve dhe kontributeve të secilës palë, *përmbillet faza e aplikimit për projekt me shkrimin e aplikimit*.

¹³Udhëzues për zhvillimin dhe menaxhimin e projekteve. <https://skillsforjobs.al/ëp-content/uploads/2020/09/UDHEZUES-PER-ZHVILLIMIN-DHE-MENAXHIMIN-E-PROJEKTEVE.pdf>

Me shpalljen e statusit “fitues” mbi aplikimin, vijohet me ndarjen e qartë të detyrave dhe përgjegjësi për secilën palë dhe anëtar të konsorciumit. Përcaktohen aktivitetet specifike, afatet kohore për përmbushjen e detyrave dhe produkteve apo shërbimeve finale që duhen realizuar nga secila palë.

Në përfundim të projektit, palët duhet të jenë të gatshme dhe të disponueshme për të ofruar çdo element vërtetues që mund të kërkohet nga auditimi final, i cili është hapi i fundit për mbylljen me sukses të projektit.

Shkolla e mesme “**Tregtare**”, Vlorë ka zbatuar një sërë projektesh, përfshirë mobilitetin e mësuesve dhe nxënësve brenda vendit, në vendet e Ballkanit Perëndimor dhe vende të tjera evropiane.

Së fundmi, shkolla në bashkëpunim me bizneset partnere si: “Green Coast Resort”, “Balfin Real Estate & Hospitality”, “Regina Group”, “Martim Marina Bay Resort & Casino Vlorë”, “Paradise Beach Hotel”, “Hotel Priam Luxury Resort”, “KR-AAL SHPK”, Hotel “Le Palazzine”, “Orik Hotel & SPA” dhe “Hana Turismo Group”, fitoi një grant nga Fondi Rajonal i Sfidave (RCF).

Procesi i aplikimit filloi me një analizë të thellë të nevojave të tregut dhe kërkesave të industrisë, për të identifikuar fushat ku hapja e nivelit të pestë do të kishte ndikimin më të madh. Përfshirja e ekspertëve të industrisë, mësuesve dhe përfaqësues të bizneseve lokale ishte thelbësore për të hartuar një plan të detajuar për përmbajtjen e kursit dhe strukturën e tij, bazuar në standardet ndërkombëtare dhe nevojat specifike të sektorit.

Përfundimi me sukses i aplikimit për këtë grant ka pasur sfidat e veta, por falë këmbënguljes dhe dëshirës së mirë të stafit dhe kontributit të vlefshëm të bizneseve të përfshira, shkolla arriti të fitojë këtë financim të rëndësishëm.

Tani shkolla pret fillimin e zbatimit të këtij projekti, i cili përfshin 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 që kombinojnë aspekte praktike dhe teorike.

Një shembull i spikatur i një projekti të suksesshëm të zbatuar në shkollën “**Hamdi Bushati**” është zhvillimi i një programi në bashkëpunim me Kompaninë Albacademy dhe GIZ Albania. Ky projekt kishte si qëllim nxitjen e aftësive sipërmarrëse te të rinjtë për krijimin e startup-eve. Në kuadër të projektit, rreth 20 nxënës të klasave dhe drejtimeve të ndryshme u trajnuar për 10 javë. Projekti u finalizua me organizimin e konkursit “Duel of young entrepreneurs”, gjatë të cilin u prezantuan 10 ide biznesi. Në përfundim të u ndanë çmime për idetë më të mira të nxënësve.

7.3 Indikatorët e suksesit

Më poshtë paraqiten disa indikatorë dhe objektiva (target) të mundshëm për matjen e suksesit të zbatimit të projekteve në bashkëpunim me sektorin privat. Indikatorët e sugjeruar ndihmojnë në matjen e suksesit të aktiviteteve që ndërmerren në bashkëpunim me sektorin privat, ofrojnë një bazë të mirë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura si dhe lejojnë identifikimin e arritjeve dhe fushave që kanë nevojë për përmirësim.

Tabela 5: Indikatorë për matjen e suksesit të zbatimit të projekteve në bashkëpunim me bizneset

Indikator	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 të përbashkëta	>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)

7.4 Instrumente mbështetës

Për të lehtësuar realizimin e projekteve të përbashkëta të suksesshme, më poshtë paraqiten dy mjete ndihmëse (instrumente), të rekomanduara për përdorim.

- Format identifikimi i projekteve dhe bizneseve mbështetëse (*Shtojca 25*);
- Format ftese për bashkëpunim në projekte (*Shtojca 26*).

Shënim: *Instrumentet mund të përdoren siç janë ose të (ri) modelohen sipas nevojës së përdoruesit.*

7.5 Sugjerime për bashkëpunim efektiv me sektorin privat për realizimin e projekteve të përbashkëta

Më poshtë jepen disa sugjerime për një bashkëpunim efektiv me sektorin privat zbatimin e projekteve të përbashkëta.

- Rifreskim i rregullt i listës së thirrjeve, në mënyrë që të mos humbni mundësitë e thirrjeve të reja që shfaqen. Sugjerohet caktimi i një kohe të dedikuar për rifreskimin e thirrjeve, të paktën 2 orë në javë.
- Përzgjedhja e bizneseve për bashkëpunim duhet bërë në mënyrë të kujdesshme. Sigurohuni të zgjidhni biznese të cilat kanë një përputhje të lartë të interesave të tyre me aktivitetet e thirrjeve. Suksesi i konsorciumit është i lidhur ngushtësisht me përzgjedhjen e partnerëve të cilët kanë interesa të ngjashme. Gjithashtu, sugjerohet të bashkëpunoni me biznese që kanë eksperiencë të mëparshme të suksesshme në aplikim dhe zbatim projektsh.

- Është e rëndësishme të kemi një ndarje të qartë të detyrave dhe përgjegjësi për çdo aktivitet të planifikuar në shkrimin e aplikimit të projektit. Kjo do të ndihmojë në menaxhimin efikas të projektit dhe do të minimizojë keqkuptimet ose konfuzionet midis palëve të përfshira.

Ndërkohë, në rast të zbatimit të një projekti në bashkëpunim me sektorin privat, për të garantuar suksesin dhe minimizuar rrezikun e dështimit të projektit, një rol të rëndësishëm luan bashkëpunimi mes përfaqësuesit të biznesit i cili do të ndjek procesin e implementimit të projektit dhe menaxherit i projektit. Këta dy aktorë kanë përgjegjësi për 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;
- sigurojnë që aktivitetet e ndërmarra gjatë ciklit të jetës së projektit të jenë të planifikuara dhe zbatuara me profesionalizëm të lartë;
- 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.

7.6 Praktika të mira

Aplikimi për Fondin Rajonal të Sfidave në bashkëpunim me sektorin privat - Shkolla “Kristo Isak”, Berat

Një nga rastet e suksesit në zhvillimin e projekteve për shkollën “Kristo Isak”, në Berat, ka qenë aplikimi dhe fitimi i grantit nga Fondi Rajonal i Sfidave (RCF), në thirrjen e parë të hapur. Granti konsiston në mbështetjen e shkollës për përmirësimin e infrastrukturës dhe plotësimin me pajisje dhe mjete pune, me qëllim ofrimin e plotë të programeve të trajnimit në shkollë, si në aspektin teorik dhe në atë praktik. Një nga kriteret për të aplikuar në këtë thirrje, ishte bashkëpunimi i ngushtë me sektorin privat.

Pasi u njoh me mundësinë për mbështetje nga RCF, nëpërmjet thirrjeve të hapura dhe sesioneve informuese online, shkolla ngriti grupin e punës për të aplikuar në thirrje. Grupi i punës i përbërë nga drejtori i shkollës, koordinatori i projekteve dhe koordinatori për marrëdhëniet me biznesin, pas shqyrtimit paraprak të kriterëve, hartoi një plan pune dhe ndau detyrat, për të siguruar zbatimin e afateve.

Në përgatitjen për aplikim, grupi i punës identifikoi disa biznese potenciale, për t’u përfshirë në projekt. Bizneset e identifikuara u kontaktuan dhe informuan rreth kësaj mundësie. Katër biznese lider në zonën e Beratit, ranë dakord dhe u përfshinë në proces, duke ofruar informacionin dhe dokumentacionin e kërkuar nga RCF. Këto biznese ndihmuan në përcaktimin e nevojave të shkollës për pajisje dhe dhanë sugjerime për zhvillimin e programit të trajnimit, bazuar në kërkesat e projektit, si dhe morën pjesë në aktivitetet e organizuara nga shkolla, me pjesëmarrjen e përfaqësuesve të Fondit Rajonal të Sfidave.

Nga ana tjetër, shkolla i mban të informuar partnerët mbi ecurinë e projektit dhe aktualisht është në pritje të realizimit të punimeve infrastrukturore dhe pajisjen me mjetet e nevojshme për plotësimin e klasave dhe laboratorëve.

8. Pjesëmarrja aktive e sektorit privat në vendimmarrjen e institucioneve ofruese të arsimit dhe formimit profesional

Një ndër karakteristikat e arsimit profesional është përfshirja e përfaqësuesve të sektorit privat në qeverisjen e IOAFP-ve, përmes pjesëmarrjes së këtyre të fundit në bordin drejtues të institucionit.

Bordi drejtues është një organ kolegjal vendimmarrës, i cili ka për detyrë të mbështesë dhe monitorojë veprimtarinë dhe ecurinë e IOAFP-së. Bordi drejtues e mbështet veprimtarinë e tij në:

- Ligjin Nr. 15/2017 “Për arsimin dhe formimin profesional në Republikën e Shqipërisë”;
- Udhëzimin Nr. 28, datë 30.07.2018 “Mbi kriteret për pjesë marrjen, organizimin dhe funksionimin e bordit drejtues të ofruesve publikë të arsimit dhe formimit profesional”;
- Udhëzimin Nr. 759, datë 30.9.2024 “Për mënyrën e organizimit dhe veprimtarisë menaxhimin e burimeve njerëzore, përbërjen e njësisë së zhvillimit të institucioneve, ofruesve të arsimit dhe formimit profesional dhe zhvillimit të vazhduar profesional të personelit”;
- Rregulloren e Brendshme të IOAFP-së;
- Rregulloren e Bordit Drejtues të IOAFP-së.

Në mbështetje të akteve të mësipërme, bordi drejtues merr vendime për drejtimin e përgjithshëm strategjik, planifikimin e përgjithshëm dhe përdorimin e burimeve njerëzore.

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;
- një përfaqësues nga nxënësit e shkollës.

Sipas udhëzimit nr. 28, datë 30.7.2018, përfaqësuesit e sektorit privat zgjidhen nga sektorët që lidhen me profilet që kanë numrin më të madh të nxënësve apo praktikantëve ose kanë mbështetur institucionin në ndonjë nga mënyrat e parashikuara në kornizën ligjore. Pozicionin e kryetarit të bordit e mban përfaqësuesi i sektorit privat profili i të cilit ka numrin më të madh të nxënësve apo kursantëve.

8.1 Hapat për një përfaqësim aktiv të sektorit privat në bordin drejtues të shkollës

Përfshirja e përfaqësuesve të sektorit privat në bordin drejtues të shkollës është thelbësore për të përshtatur më mirë ofertën e IOAFP-së me nevojat e tregut të punës, si dhe për të rritur relevancën dhe reputacionin e shkollës në komunitet.

Procedura për ngritjen e bordit dhe zëvendësimin e anëtarëve të cilëve ju ka mbaruar mandati ose largohen, kryhet nga drejtori i IOAFP-së. Fillimisht koordinatori i marrëdhënieve me biznesin *identifikon të gjithë bizneset që kanë potencialin të jenë anëtare të bordit drejtues të shkollës*. Drejtorja e IOAFP-së dhe njësia e zhvillimit *përcaktojnë dhe dakordësojnë kriteret* për të përzgjedhur bizneset, si dhe *hartojnë një listë të bizneseve që plotësojnë kriteret*.

Rekomandohet që ky proces të realizohet 6 (gjashtë) muaj para se të përfundojë mandati i anëtarit të mëparshëm të bordit.

Gjithashtu, rekomandohet që drejtori i shkollës së bashku me koordinatorin për marrëdhëniet me biznesin të *organizojnë takime bilaterale me përfaqësuesit e bizneseve* të cilët plotësojnë kriteret për të qenë anëtarë të bordit. Takimet shërbejnë për të diskutuar mundësinë për të marrë pjesë në bordin e shkollës, informimin mbi funksionin e tij si dhe kontributin e pritshëm të biznesit.

Pasi janë identifikuar bizneset potenciale dhe janë organizuar takimet bilaterale, drejtori i shkollës, *i dërgon një ftesë* me shkrim përfaqësuesve të. Ftesa për pjesëmarrje përmban edhe informacion e nevojshëm për kushtet, afatet dhe mënyrën e aplikimit.

Më tej, bizneset e interesuara bëjnë kërkesë për pjesëmarrje në bord së bashku me një letër motivimi dhe ia dorëzojnë drejtuesit të institucionit. Ky i fundit, pas shqyrtimit të kërkesave dhe duke marrë parasysh faktin që përfaqësuesit e sektorit privat duhet të zgjidhen nga sektorët që lidhen me profilet që kanë numrin më të madh të nxënësve apo praktikantëve, përzgjedh anëtarët të cilët do të përfaqësojnë sektorin privat në bordin drejtues të shkollës.

Në rastin e ngritjes së bordit për herë të parë, pasi janë përzgjedhur të gjithë anëtarët e bordit, drejtuesi i shkollës informon për mënyrën e funksionimit të bordit dhe për agjendën e ditës. Në takimet në vijim, anëtarët e bordit marrin ftesat dhe informohen paraprakisht për çështjet për t'u diskutuar.

Në çdo mbledhje, diskutimet e zhvilluara përmbledhen në një raport të shkurtër dhe çdo dokument i prodhuar nga bordi nënshkruhet nga anëtarët pjesëmarrës. Veprimtaria e bordit drejtohet nga kryetari, pozicionin e të cilit e mban përfaqësuesi i sektorit privat profili i të cili ka numrin më të madh të nxënësve apo kursantëve.

8.2 Indikatorët

Më poshtë paraqiten dy indikatorë të mundshëm për matjen e suksesit të procesit të përfshirjes së përfaqësuesve të sektorin privat në bordin drejtues të shkollës.

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

8.3 Instrumente mbështetëse

Për të lehtësuar në ngritjen e bordi drejtues me përfaqësues nga bizneset, më poshtë paraqiten disa mjete ndihmëse (instrumente), të rekomanduara për përdorim.

- Ftesa për të marrë pjesë në bordin drejtues (*Shtojca 27*);

- Broshurë informuese mbi funksionimin dhe rolin e bordit drejtues të shkollës (*Shtojca 28*);
- Format njoftimi dhe agjende për mbledhjet e bordit drejtues (*Shtojca 29*).

Shënim: Instrumentet mund të përdoren siç janë ose të (ri) modelohen sipas nevojës së përdoruesit.

8.4 Sugjerime për angazhim efektiv të përfaqësuesve të sektorit privat në bordin drejtues të shkollës

Më poshtë jepen disa sugjerime për një angazhim efektiv të sektorin privat në bordin drejtues të shkollës.

- Përtej dëshirës për të përzgjedhur si pjesë të bordit drejtues, përfaqësues nga bizneset e mëdha, e që kanë ndikim të madh në komunitet, shkolla duhet të konsiderojë edhe vullnetin dhe kohën që përfaqësuesit të biznesit janë të gatshëm të dedikojnë. Është thelbësore që përfaqësuesit e biznesit të jenë të gatshëm të marrin pjesë aktivisht në diskutime dhe të kontribuojnë në vendimmarrje.
- Kur dërgohen ftesat për pjesëmarrje në bord, është e rëndësishme që këto ftesa të përçojnë vlerësimin që shkolla ka ndaj biznesit. Kjo jo vetëm që nxit pjesëmarrjen e tyre, por i bën bizneset të ndihen të vlerësuar dhe pjesë e një partneriteti të rëndësishëm.
- Vendimet e marra nga bordi drejtues i shkollës duhet të jenë sa më transparente dhe vizuale për të gjithë aktorët e përfshirë, nxënësit, mësuesit, prindërit dhe bizneset. Kjo mund të realizohet përmes publikimit të vendimeve në një platformë të qasshme për të gjithë, ose përmes mbajtjes së takimeve informative ku diskutohen hapat dhe vendimet e bordit.

***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.*

9. Sponsorizimet

Gjatë viteve të fundit, janë rritur investimet publike në sistemin e AFP-së dhe donacionet nga donatorët të huaj. Megjithatë, këto burime financiare nuk janë të mjaftueshme për të përmbushur të gjitha nevojat e institucioneve të AFP-së, për modernizimin e sistemit dhe për të plotësuar kërkesën e sektorit privat për një forcë punëtore të përgatitur në përputhje me ritmet e zhvillimit të industrive specifike.

Shpeshherë, institucionet e AFP-së përballen me sfida si laboratorë të vjetër apo jo-funksionalë, fonde të kufizuara për blerjen e materialeve për realizimin e praktikave, kushte jo të mira në klasa, ose nevojën për mirëmbajtje apo rinovime të makinerive specifike. Në këto raste, një zgjidhje e mundshme është mbështetja e sektorit privat përmes sponsorizimit, duke krijuar partneritete strategjike që lejojnë zhvillimin e mëtejshëm të të dyja palëve.

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.

Sponsorizimi krijon një marrëdhënie të favorshme për të dyja palët. Nga njëra anë, sponsorizimi ofron burime të vlefshme për IOAFP-të. Këto burime mund të përfshijnë financime infrastrukturore, pajisje mësimore, mundësi për trajnime profesionale të mësuesve, projekte novatore, dhe krijimin e lidhjeve të ngushta me industrinë. Nga ana tjetër, sponsorizimi ofron mundësi për rritje dhe promovim të markës ose aktivitetit të sponsorizuar.

Është thelbësore që sponsorizimet të ndihmojnë në arritjen e objektivave të institucionit arsimor, duke siguruar një mënyrë të qëndrueshme për të mbështetur zhvillimin e arsimit profesional dhe të formimit të nxënësve për tregun e punës.

9.1 Përfitimet nga sponsorizimi nga sektori privat

Sponsorizimi nga bizneset ofron një sërë avantazhesh të rëndësishme për ofruesit e AFP-së, si dhe për vetë bizneset:

1. Përmbushja e nevojave apo mungesave të ofruesve të AFP-së;
2. Ndërtimi i marrëdhënieve afatgjata mes shkollës dhe biznesit;
3. Përfitimi i hapësirave reklamuese për të dy palët;
4. Përmirësimi i reputacion në komunitet dhe rritja e imazhin të shkollës.

Gjithashtu, vlen të theksohet se bizneset sot janë të angazhuara jo vetëm në fitimin maksimal, por gjithashtu në përmbushjen e objektivave sociale dhe komunitare. Sponsorizimi u mundëson atyre të demonstrojnë angazhimin ndaj vlerave të ndryshme sociale dhe të kontribuojnë në mirëqenien e komunitetit. Kjo përfshin reklamimin e angazhimeve të tyre, komunikimin efektiv të vlerave të kompanisë, ndërtimin e marrëdhënieve të mira me palët e interesit, dhe demonstrimin e përkushtimit ndaj komunitetit.

9.2 Hapat e procesit të sponsorizimit nga sektori privat

Figura e mëposhtme përmbledh procesin e sponsorizimit nga sektori privat.

Figura 6: Hapat e procesit të sponsorizimit nga sektori privat



Në fillim të vitit akademik, në periudhën shtator – nëntor, drejtorja e shkollës në bashkëpunim me njësinë e zhvillimit, *identifikojnë nevojat e institucionit dhe boshllëqet financiare*. Në këtë fazë, rekomandohet të hartohet një listë me të gjithë nevojat e identifikuara dhe renditja e tyre sipas rëndësisë.

Pas identifikimit dhe prioritizimit të nevojave, drejtorja, njësia e zhvillimit dhe zyra e financave, vijojnë me procesin e *identifikimit të atyre nevojave të shkollës të cilat mund të përmbushen përmes sponsorizimit nga sektori privat*. Këto nevoja rekomandohet t'i përcillen biznesit gjatë prezantimit të planit vjetor apo gjatë tryezave të dialogut. Për më tepër, në mënyrë periodike, bizneseve mund t'u dërgohen pyetësorë për mundësi sponsorizimi, për ta thjeshtuar procesin dhe për të zgjeruar rrjetin e mundshëm të sponsorëve.

Më tej vijohet me komunikimin me bizneset. Koordinator i marrëdhënieve me biznesin, dhe drejtorja zhvillojnë takime me kompanitë partnerë dhe biznese të reja me potencial për sponsorizim.

Nëse bizneset e kontaktuar shprehin gatishmërinë për të sponsorizuar, hapi tjetër është hartimi i një plani të detajuar sponsorizimi. Hartimi i planit të sponsorizimit dhe vënia në zbatim e tij ndiqet nga drejtuesi i institucionit. Është thelbësore dokumentimi dhe marketimi i sponsorizimit.

9.3 Indikatorët e suksesit

Më poshtë paraqiten disa indikatorë të mundshëm për matjen e suksesit të sponsorizimeve nga sektori privat. Indikatorët e sugjeruar ndihmojnë në matjen e suksesit dhe ofrojnë një bazë të mirë për të krahasuar performancën aktuale me objektivat e vendosura si dhe lejojnë identifikimin e arritjeve dhe fushave që kanë nevojë për përmirësim.

Tabela 6: Indikatorë për matjen e suksesit të sponsorizimeve nga sektori privat

Indikator	Target (i sugjeruar)
Nevojat e shkollës që mund të mbulohen me sponsorizim	Po, lista e nevojave e përpiluar
Numri i bizneseve tek 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

9.4 Instrumente mbështetëse

Për të lehtësuar mbulimin e nevojave të shkollës përmes sponsorizimeve nga sektori privat, më poshtë paraqiten disa mjete ndihmëse (instrumente), të rekomanduara për përdorim.

1. Format listë e nevojave / Identifikimi i nevojave për sponsorizim (*Shtojca 30*);
2. Format regjistër i sponsorizimeve (të realizuara ndër vite) (*Shtojca 31*);
3. Pyetësor për bizneset lidhur me mundësinë për sponsorizim (*Shtojca 32*);
4. Shembull: Kërkesë për sponsorizim (*Shtojca 33*);
5. Sugjerime lidhur me hapat për identifikimin e nevojave për sponsorizim dhe kontaktimi i bizneseve (*Shtojca 34*).

Shënim: *Instrumentet mund të përdoren siç janë ose të (ri) modelohen sipas nevojës së përdoruesit.*

9.5 Sugjerime për përfshirjen e sektorit privat në sponsorizimin e institucionit të AFP-së

Është jetike që shkollat të ofrojnë nivele të ndryshme të mirënjohjes që reflektojnë kontributin e sponsorëve. Kjo mund të përfshijë vendosjen e logos tek “Këndi i biznesit”, përmendjen në materiale promovuese ose prezantimin në evente dhe ceremoni. Sigurimi i një përputhjeje të qartë mes vlerës së dhënë nga sponsori dhe mirënjohjes që marrin, ndihmon në ruajtjen e marrëdhënieve afatgjata dhe të shëndetshme.

Ofruesit e AFP-së duhet të jenë të kujdesshëm në përzgjedhjen e bizneseve të mundshëm për sponsorizim. Është e nevojshëm që të konsiderohet jo vetëm arritja e objektivave të shkollës, por edhe imazhi dhe reputacioni i sponsorve në komunitet. Partneritetet duhet të vendosen me biznese që kanë një imazh pozitiv dhe që përputhen me vlerat dhe objektivat e institucionit.

Mundohuni të siguronit një transparencë të plotë mbi sponsorizimet e mundshme. Kjo do të thotë të informohen të gjithë aktorët e përfshirë, stafin, prindërit, nxënësit dhe komunitetin më të gjerë, për detajet e sponsorizimeve dhe përfitimet që ato sjellin.

Kryeni hulumtime të thelluara për të gjetur biznese që kanë një interes të qartë në mbështetjen e arsimit, zhvillimin e forcës punëtore, ose kontribute në komunitet. Konsideroni partnerët aktualë të shkollës, anëtarët e bordit, si dhe bizneset që tashmë janë të angazhuara në përgjegjësinë sociale të korporatës. Mos harroni të shfrytëzoni rrjetin e ish-nxënësve, duke veçanërisht ata që janë në pozicione kyçe në kompani të ndryshme ose që drejtojnë bizneset e tyre.

9.6 Praktika mira

Më poshtë paraqiten disa praktika të mira se si shkollat partnere falë sponsorizimeve nga sektori privat kanë arritur të mbulojnë disa prej nevojave të tyre.

Gjatë periudhës së aktiviteteve promovuese, **Shkolla Teknike Ekonomike Tiranë (SHTET)**, përfundoi disa materiale promovuese si fletëpalosje, katalogë dhe stilolapsa me logo. Edhe pse shkolla ka në dispozicion elementët e dizajnit dhe brandimit, ka nevojë të gjejë sponsor për të siguruar një sasi të mjaftueshme të materialeve për aktivitetet që organizohen, me qëllim që pjesëmarrësit të pajisen me këto produkte promovuese. Për të përballur këtë nevojë, shkolla iu drejtuar bizneseve partnere për ndihmë.

Një sponsorizim i suksesshëm nga bizneset partnere të SHTET, është edhe rasti i konkursit “Inovatorët e së ardhmes”. I zhvilluar gjatë ditëve të dyerve të hapura, disa prej bizneseve bashkëpunuese pranuan të ishin pjesë e jurisë vlerësuese për nxënësit pjesëmarrës, si dhe të ofronin disa çmime stimuluese si internshipe apo vlera monetare për fituesit

Në shkollën “**Tregtare**”, **Vlorë** gjatë aktiviteteve të dyerve të hapura në vitet e kaluara, është hasur vështirësi për shkak të mungesës së transportit të nxënësve të klasave të 9-ta që dëshironin të vizitonin shkollën. Kjo çështje u diskutua me disa prej bizneseve bashkëpunuese Restorant Pulëbardha, Restorant Joni, Regina Group, Hotel-Restorant Paradaise etj., të cilat në vitin akademik 2023-2024 mundësuan financimin e transportit të disa prej klasave të 9-ta për të vizituar nga afër shkollën 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 periudhe përdorimi kërkon mirëmbajtje. Ky shërbimi i është ofruar shkollës nga një profesionist i fushës, i cili e riparoi dhe e mirëmban hekurin.

Ndërkohë, shkolla “**Kolin Gjoka**”, **Lezhë** përballë mungesës së ambientit të laboratorit të kuzhinës në godinën e saj, ka hasur vështirësi në zhvillimin e provimeve të nivelit për Drejtimin “Hoteleri Turizëm”. Duke marrë parasysh këtë nevojë, shkolla iu drejtua bizneseve për të vënë në dispozicion ambientet e tyre të kuzhinës për zhvillimin e provimeve të nivelit. Për më tepër, bizneset partnere e kanë ndihmuar shkollën edhe me mjete dhe pajise për të mundësuar pjesëmarrjen e nxënësve në konkurse të ndryshme kombëtare dhe ndërkombëtare.

Bibliografia

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 eastern 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://ëëë.egavet.eu/Ëhat-ëëDo/European-VET-Initiatives>

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

Udhëzues për menaxhimin e Marrëdhënieve me Bizneset, publikuar 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.