

Menaxhimi i marrëdhënieve me bizneset

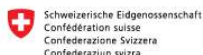


Aftësi për Punë / Skills for Jobs

UDHËZUES PËR OFRUESIT E ARSIMIT
DHE FORMIMIT PROFESIONAL



Një projekt i Agjencisë Zvicerane për
Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC



Agjencia Zvicerane për Zhvillim
dhe Bashkëpunim SDC

Në partneritet me:



Zbatuar nga:



MENAXHIMI I MARRËDHËNIEVE ME BIZNESIN UDHËZUES PËR OFRUESIT E ARSIMIT DHE FORMIMIT PROFESIONAL

Qershor, 2020

Tiranë

Ky publikim është prodhuar nga projekti “Aftësi për Punë” (S4J) nën mbikqyrjen e Menaxherit të Projektit, Fation Dragoshi. Udhëzuesi u përgatit nga Blerjana Bino, Eltjana Plaku, Dorian Kamberi dhe Elena Dimashi me kontribut nga Borana Bajrami dhe Erka Çaro.

Rreth projektit “Aftësi për Punë”

“Aftësi për Punë” (S4J) është një projekt i Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC), i cili zbatohet në Shqipëri nga organizata Swisscontact.

S4J adreson sfidat kryesore në Arsimin dhe Formimin Profesional (AFP) në Shqipëri duke investuar për sigurimin e ndryshimeve sistematike, zhvillimin e kompetencave dhe fuqizimin e aktorëve. S4J mbështet ofruesit partnerë të AFP-së në drejtim të krijimit të lidhjeve të ngushta me kompanitë e sektorit privat dhe partnerë të tjerë, diversifikimit dhe përmirësimit të ofertës mësimore, aplikimit të metodave të reja të mësimdhënies dhe standardeve të cilësisë, realizimit të praktikave mësimore në mjediset e biznesit dhe zhvillimit e fuqizimit të institucionit.

Shënim: Pikëpamjet dhe konkluzionet e shprehura në këtë publikim nuk paraqesin domosdoshmërisht ato të Qeverisë Zvicerane ose Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC).

Autorësia e këtij publikimi i përket projektit “Aftësi për Punë” (S4J). Ndalohet riprodhimi dhe shpërndarja e publikimit pa miratim paraprak me shkrim nga S4J.

Tabela e përmbajtjes

<i>Shkurtime</i>	5
Lista e Figurave	6
Lista e Kutive.....	7
Lista e Tabelave	7
Parathënie	8
1. Hyrje.....	9
1.1 Përse ky udhëzues?	9
1.2 Për kë është ky udhëzues?	9
1.3 Si përdoret ky udhëzues?	10
1.4 Çfarë përmban ky udhëzues?.....	10
2. Njësia e Zhvillimit dhe Marrëdhëniet me Biznesin	12
2.1 Funkzioni i krijimit të lidhjeve me biznesin në Njësinë e Zhvillimit	12
2.2 Ndërlidhja me funksionet e tjera në Njësinë e Zhvillimit	15
2.3 Ndërlidhja me planin strategjik të ofruesit të AFP-së	15
3. Bashkëpunimi Arsimit dhe Formimit Profesional – Biznes	16
3.1 Vështrim i përgjithshëm	16
3.2 Përse duhet bashkëpunimi me biznesin?.....	18
3.3 Fushat e bashkëpunimit	20
3.3.1 Skema Graduale e Zhvillimit	20
3.3.2 Praktikat profesionale.....	20
3.3.3 Përshtatja e ofertës për tregun e punës - Zhvillimi i kurrikulës	24
3.3.4 Sponsorizimi	28
3.3.5 Trajnimi i mësuesve sipas standarteve të industrisë	29
4. Menaxhimi i Marrëdhënieve me Biznesin	32
4.1 Analiza e kontekstit ekonomik lokal dhe kombëtar	32
4.2 Identifikimi i bizneseve lokale potenciale	34
4.2.1 Skanimi i bizneseve.....	34
4.2.2 Renditja e bizneseve.....	35
4.3 Afrimi me bizneset partnere potenciale.....	37
4.3.1 Kontaktimi fillestar	37
4.3.2 Takimi i parë në ambientin e biznesit.....	38
4.3.3 Vizita e biznesit në ambientet e shkollës.....	39
4.4 Shqyrtimi i mundësive për bashkëpunim	41
4.4.1 Përcaktimi i fushave të bashkëpunimit	42
4.4.2 Firmosja e Memorandumit të Mirëkuptimit	42
5. Qëndrueshmëria e Marrëdhënieve të AFP-së me Biznesin	44
5.1 Zgjerimi i rrjetit të partnerëve në biznes.....	44

5.2	Mirëmbajtja e vazhdueshme e marrëdhënies me biznesin	50
5.3	Përfundimi i marrëdhënies me një biznes	52
	Burime dhe informacione	54
	Fjalorth	55
	<i>Instrumente</i>	57
	Shtojca 1 - Model i Memorandumit të Mirëkuptimit	57
	Shtojca 2 - Model për ndërtimin e databazës së partnerëve në biznes	59
	Shtojca 3 - Analiza SWOT e zhvillimit të marrëdhënies me biznesin	60
	Shtojca 4 - Përshkrimi i punës së Koordinatorit të Marrëdhënies me Biznesin	61
	Shtojca 5 - Gjetja e informacionit për bizneset nëpërmjet QKB.....	63
	Shtojca 6 – Regjistrimi i një praktikanti në sistemin online të tatimeve	64
	Shtojca 7 - ‘Checklist’ për organizimin e një aktiviteti.....	71
	Shtojca 8 - Model programi për aktivitet me partnerët e biznesit.....	73
	Shtojca 9 - Model list prezence për aktivitet me partnerët e biznesit	74
	Shtojca 10 – Këshilla për përgatitjen e një prezantim tip për shkollën	75
	Shtojca 11 - Dukshmëria dhe promovimi i marrëdhënies me rrjetin e bizneseve partnere	76
	Shtojca 12 - Elementet kryesore të marketingut të shkollës suaj	78

Shkurtime

AFP	Arsimi dhe Formimi Profesional
AKPA	Agjencia Kombëtare për Punësim dhe Aftësi
AKAFPK	Agjencia Kombëtare e Arsimit, Formimit Profesional dhe Kualifikimeve
Koordinatori	Koordinatori i Marrëdhënieve me Biznesin
IOAFP	Institucionet Ofruese të Arsimit dhe Formimit Profesional
MM	Memorandum Mirëkuptimi
NJZ	Njësia e Zhvillimit
QKB	Qendra Kombëtare e Bizneseve
S4J	Skills for Jobs / Aftësi për Punë
SGZH	Skema Graduale e Zhvillimit
TIK	Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit
TNNP	Të Nxënit Nëpërmjet Punës
ZRP	Zyra Rajonale e Punësimit
ZHGA	Zhvillimi Gradual i Aftësive

Lista e Figurave

Figura 1: Seksionet kryesore të udhëzuesit	11
Figura 2: Nivelet e bashkëpunimit me biznesin	16
Figura 3: Palët e interesuara në marrëdhënien AFP-Biznes	17
Figura 4: Matrica fuqi dhe interes për vlerësimin e palëve të interesuara.....	18
Figura 5: Hapat për praktikën profesionale.....	22
Figura 6: Procesi i përditësimit të ofertës.....	25
Figura 7: Veçoritë e platformës së dialogut.....	26
Figura 8: Aktorët dhe formati i tryezave vendore të dialogut të strukturuar për zhvillimin e aftësive.....	26
Figura 9: Forma sponsorizimi të AFP-së nga biznesi.....	28
Figura 10: Forma të komunikimit të informacionit të sponsorizimit të AFP-së nga biznesi	29
Figura 11: Përfitimet nga bashkëpunimi për trajnimin e stafit pedagogjik & bashkëpunimi në tërësi me biznesin.....	30
Figura 12: Kuadri konceptual i tryezave vendore të dialogut të strukturuar.....	32
Figura 13: Burimet e infomacionit për analizën e nevojave për aftësi	33
Figura 14: Skema e menaxhimit të marrëdhënieve me biznesin.....	34
Figura 15: Karakteristikat e biznesit me potencial për ofrimin e mundësive të mira për punësim.....	35
Figura 16: Mënyrat e vendosjes së kontaktit fillestar.....	37
Figura 17: Kontakti fillestar me kompaninë.....	38
Figura 18: Paraqitja e argumenteve bindëse për biznesin: Pse duhet të bashkëpunojë me ju?	39
Figura 19: Ndërtimi i besimit me bizneset partnere.....	41
Figura 20: Format e zgjerimit të rrjetit të bizneseve	44
Figura 21: Hapat për të ndërtuar mbi përvojën e ngritur me bizneset partnere (kapitalizimi).....	45
Figura 22: Qasja e strukturuar	48
Figura 23: Hapat për qëndrueshmërinë e marrëdhënies me biznesin	52
Figura 24: Mediumet e komunikimit për promovimin e marrëdhënies me bizneset.....	76

Lista e Kutive

Kutia 1: Funkzioni i Koordinatorit të Marrëdhënieve me Biznesin	12
Kutia 2: Këshilla për Koordinatorin e Marrëdhënieve me Biznesin	13
Kutia 3: Shkollat 9-vjeçare si partner	17
Kutia 4: Përfitimet e AFP nga bashkëpunimi me biznesin	19
Kutia 5: Përfitimet e biznesit nga bashkëpunimi me IOAFP-të	19
Kutia 6: Shembull për përfitimet nga marrëdhënia me biznesin	19
Kutia 7: Shembull për praktikat profesionale dhe punësimi	21
Kutia 8: Shembull bashkëpunimi shumëplanësh biznes – shkollë	23
Kutia 9: Si të përzgjedhim bizneset për të marrë pjesë në përditësimin e ofertës?	25
Kutia 10: Diversifikimi i ofertës: Rasti i shkollës “Kolin Gjoka”, Lezhë	27
Kutia 11: Trajnimi i mësuesve për shtëpinë inteligjente, shkolla “Gjergj Canco”, Tiranë	30
Kutia 12: Trajnimi i mësuesve për AlphaWeb	31
Kutia 13: Burimet e informacionit për bizneset lokale	35
Kutia 14: Shembull për identifikimin e bizneseve nga projekti ‘Aftësi për Punë’	36
Kutia 15: Shembull për afrimin me biznesin nga projekti ‘Aftësi për Punë’	40
Kutia 16: Mësimet e nxjerra për negocimin me biznesin nga projekti ‘Aftësi për Punë’	43
Kutia 17: Përpjekjet e marketingut institucional	46
Kutia 18: Kontributi i bizneseve ambasadore	47
Kutia 19: Shembull nga praktikat profesionale tek promovimi i nxënësve dhe zgjerimi i rrjetit të bizneseve partnere	47
Kutia 20: Shembuj të zgjerimit të rrjetit të biznesit nga projekti ‘Aftësi për Punë’	49
Kutia 21: Këshilla për mirëmbajtjen e marrëdhënieve me bizneset	50
Kutia 22: Mirëmbajtja e marrëdhënieve me bizneset nga përvoja e projektit S4J	51
Kutia 23: Ndikimi i krizave në marrëdhënien shkollë - biznes	53

Lista e Tabelave

Tabela 1: Shembull plan aktivitete me biznesin	50
Tabela 2: Analiza SWOT	60

Parathënie

Që prej tetorit 2015, projekti “Aftësi për Punë” (S4J) mbështet qeverinë dhe aktorët e tjerë të interesit për të ndërtuar një sistem sa më efikas të Arsimit dhe Formimit Profesional (AFP) në Shqipëri, të frymëzuar nga modeli zviceran. Konkretisht, projekti ka mundur një proces transformimi të konsiderueshëm të dhjetë institucioneve publike të AFP-së, duke i mbështetur ato për: i) ndërtimin e partneriteteve strategjike me kompanitë në rajonet ku operojnë si dhe ndërgjegjësimin e publikut të rajonit mbi rëndësinë e AFP-së; ii) diversifikimit dhe përmirësimit të ofertës mësimore; iii) aplikimit të metodave novatore të mësimdhënies dhe standardeve të cilësisë; (iv) realizimit të praktikave mësimore në mjediset e biznesit; (v) zhvillimit dhe fuqizimit të institucionit, përmes ndërtimit të mekanizmave për menaxhimin eficient.

Gjatë fazës së parë (2016-2019), projekti ka investuar në rritjen e kapaciteteve të shtatë ofruesve të AFP-së në Shkodër, Lezhë, Tiranë, Berat dhe Vlorë, për krijimin e një rrjeti të gjerë dhe të larmishëm me biznese partnere që bashkëpunojnë me secilën shkollë, në drejtime të ndryshme. Ofruesit e AFP-së partnerë të fazës së parë të projektit S4J kanë realizuar progres të shkëlqyer në krijimin dhe menaxhimin e rrjeteve të tyre të bizneseve partnere. Megjithatë, në mënyrë që të sigurohet shtrirja, përbrendësimi dhe qëndrueshmëria e marrëdhënieve me bizneset partnere, është i nevojshëm strukturimi i procesit.

Bashkëpunimi mes sektorit privat dhe institucioneve ofruese të AFP-së është i domosdoshëm për të siguruar relevancën e aftësive të të diplomuarve në tregun e punës. Gjithashtu, duke u nisur nga rëndësia në rritje e AFP-së në zhvillimin socio-ekonomik të vendit, fokusi i projektit për fazën e dytë (2019-2023) është mbështetja e institucioneve partnere për rritjen e qëndrueshmërisë së lidhjeve të krijuara dhe ndërtimin e urave të bashkëpunimit me struktura të organizuara të biznesit (dhomat e tregtisë, shoqatat e biznesit etj.). Një nga prioritetet kryesore të projektit S4J është edhe identifikimi, zhvillimi dhe rritja e kapaciteteve të Koordinatorit të Marrëdhënieve me Biznesin (që këtej Koordinatori) pranë Njësive të Zhvillimit në ofruesit e AFP-së.

Në këtë drejtim ne presim që Njësitet e Zhvillimit të luajnë një rol kyç në arritjen e shumicës prej qëllimeve të sipërpërmendura për të gjithë ofruesit. Pas miratimit të akteve nënligjore për krijimin dhe funksionimin e Njësive të Zhvillimit, IOAFP-të veprojnë në një kontekst të përmirësuar. Këto struktura, të krijuara për rritjen e efikasitetit të menaxhimit të shkollave profesionale përfshijnë shtatë funksione, ndër të cilat edhe atë të ‘krijimit të lidhjeve me biznesin dhe partnerë të tjerë’.

Pavarësisht përmirësimeve, sfida mbeten ende, sidomos sa i takon përbrendësimin të koncepteve, metodave, instrumenteve dhe proceseve të reja për IOAFP-të, përfshirë këtu edhe funksionimin e plotë dhe real të Njësive të Zhvillimit dhe integrimin e tyre organik me tërësinë institucionale të ofruesit të AFP-së. Ky udhëzues ka një qëllim të dyfishtë: (i) dokumentimin dhe shpërndarjen e gjerë të mësimave dhe njohurive të krijuara përgjatë viteve nga S4J sa i takon marrëdhënieve mes IOAFP-ve dhe bizneseve; si edhe (ii) parashtrimin e vizionit të S4J sesi duhet dhe mund të realizohet menaxhimi i marrëdhënieve mes sektorit privat dhe IOAFP-së.

Fatjon Dragoshi
Menaxher Projekti

1. Hyrje

Që të jetë tërheqës dhe cilësor, veç të tjerash, AFP duhet të jetë në përputhje me nevojat e tregut të punës dhe t'i përgjigjet zhvillimeve sociale, ekonomike dhe teknologjike të shoqërisë bashkëkohore.

Misioni kryesor i AFP-së është të zhvillojë kompetenca personale e profesionale të diversifikuara tek profesionistët e rinj për t'i afruar ata me punëdhënësit si edhe në përputhje me kërkesat e tregut të punës në ndryshim të vazhdueshëm.

Kështu, bashkëpunimi i IOAFP-ve me sektorin privat (bizneset, organizatat ombrellë, dhomat e tregtisë, shoqatat etj.) është një dimension me shumë peshë në performancën e përgjithshme të IOAFP-ve. Partneriteti me sektorin privat kërkon që IOAFP-të të krijojnë procedura të brendshme, zhvillojnë burimet njerëzore dhe investojnë burime për të krijuar dhe ruajtur marrëdhënie të qëndrueshme e të suksesshme me bizneset. Në këtë mënyrë, IOAFP-të sigurojnë që oferta e tyre është e orientuar nga kërkesat e tregut të punës përmes përkthimit të nevojave dhe kërkesave të kompanive dhe rrjedhimisht i afrojnë profesionistët e diplomuar me punëdhënësit.

1.1 Përse ky udhëzues?

Qëllimi është që të ofrojë udhëzime të qarta, të thjeshta dhe të aplikueshme për IOAFP-të sa i takon krijimit, menaxhimit, mirëmbajtjes dhe zgjerimit të marrëdhënieve me biznesin.

Udhëzuesi bazohet tek përvoja dhe mësimet e nxjerra nga projekti “Aftësi për Punë”, projekte të tjera të financuara nga donatorët në Shqipëri në fusha të lidhura si edhe praktika e modele të ngjashme të Komisionit Europian sa i takon AFP.

Në këtë kuptim, udhëzuesi ofron jo vetëm dokumentimin dhe shpërndarjen e gjerë të mësimave dhe njohurive të krijuara përgjatë viteve të projektit “Aftësi për Punë” dhe institucioneve partnere por edhe parashtron vizionin e projektit “Aftësi për Punë” sesi duhet dhe mund të realizohet menaxhimi i marrëdhënieve mes sektorit privat dhe IOAFP-së.

1.2 Për kë është ky udhëzues?

➔ Ofruesit e AFP-së

Ky udhëzues është për ofruesit e AFP-së, publikë apo jo-publikë, në mënyrë parësore për shkollat e mesme profesionale, por edhe qendrat e formimit profesional ose qendrat shumëfunktionale të AFP-së.

➔ Njësinë e Zhvillimit pranë ofruesit të AFP-së

Ky udhëzues i shërben posaçërisht Njësisë së Zhvillimit (NJZH), e cila ngrihet e funksionon pranë çdo ofruesi të AFP-së si një strukturë e brendshme. Ajo ka për qëllim hartimin, zbatimin, dokumentimin dhe mbikëqyrjen e veprimtarive dhe projekteve zhvillimore të institucionit dhe përfshin shtatë funksione sikurse shpjegohen më poshtë.

➔ Koordinatorin e Marrëdhënieve me Biznesin

Ky është një udhëzues në mënyrë specifike për Koordinatorin e Marrëdhënieve me Biznesin pranë Njesisë së Zhvillimit në IOAFP.

➔ Drejtuesit e IOAFP-ve

Ky udhëzues i shërben gjithashtu drejtuesve (Drejtor / Nën-Drejtor) të IOAFP-ve të cilët janë përgjegjës, krahas të tjerave, për menaxhimin dhe mbikëqyrjen e veprimtarisë së ofruesit të AFP-së dhe menaxhimin e Njesisë së Zhvillimit. Si përfaqësues ligjor, përgjegjësia finale e zyrtarizimit të bashkëpunimit me bizneset bie mbi drejtuesit e institucionit.

➔ Stafin pedagogjik dhe administrativ të IOAFP-ve

Udhëzuesi i vjen në ndihmë edhe mësuesve, instruktorëve, drejtuesve të praktikave mësimore, të punës si edhe staf tjetër pedagogjik apo administrativ të IOAFP-ve sipas rastit konkret në marrëdhëniet me biznesin. Këtu përfshihen edhe koordinatorët e tjerë të Njesisë së Zhvillimit.

➔ Të tjerë të interesuar

Udhëzuesi shërben edhe për palë të tjera (ekspertë, akademikë, profesionistë të fushës etj.) që janë të interesuar në drejtim të marrëdhënieve AFP-biznes dhe lidhjen me tregun e punës.

1.3 Si përdoret ky udhëzues?

Udhëzuesi ofron informacion, këshillime, shembuj, praktika dhe burime që vlejné në përditshmërinë e punës së Koordinatorit të Marrëdhënieve me Biznesin apo të tjerëve të interesuar në këtë drejtim.

Ai mund të përdoret si një udhëzues praktik për të adresuar pyetje dhe çështje konkrete gjatë përpjekjes së IOAFP-ve për të ndërtuar marrëdhënie me bizneset dhe përgjatë rrugës së menaxhimit dhe mbarëvajtjes së këtyre marrëdhënieve.

Udhëzuesi mund të përdoret si një i tërë ose edhe i shkëputur në kuptimin që burimet dhe informacioni utilitar qëndrojnë veçmas ashtu sikurse edhe instrumentet.

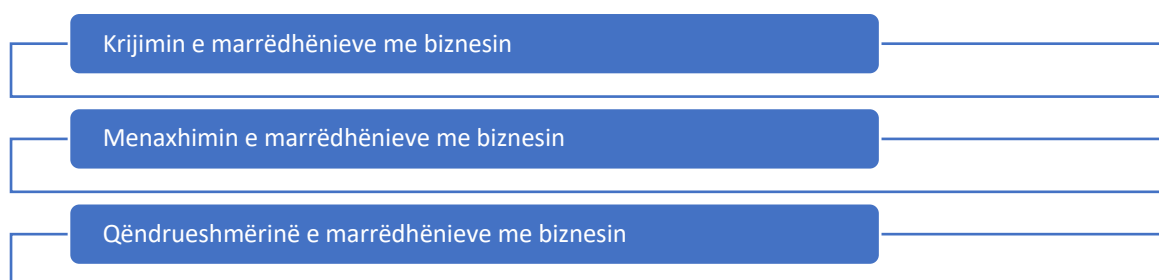
1.4 Çfarë përmban ky udhëzues?

Pas hyrjes, udhëzuesi parashtron rolin e Njesisë së Zhvillimit në krijimin e marrëdhënieve me biznesin duke u ndalur veçanërisht në funksionin e Koordinatorit për Marrëdhënien me Biznesin (Koordinatori) si edhe ndërlidhjen me funksionet e tjera dhe planin strategjik të IOAFP-së.

Më tej, marrëdhënia shkollë-biznes vendoset në një kuadër më të gjerë duke u ndalur në arsyet se përse nevojitet bashkëpunimi mes AFP-së dhe biznesit dhe dimensionet e këtij bashkëpunimi. Disa nga mësimet e nxjerra nga projekti “Aftësi për Punë” gjithashtu paraqiten në seksionet më poshtë.

Udhëzuesi përmban tre seksione kryesore të lidhura me:

Figura 1: Seksionet kryesore të udhëzuesit



Këto janë të ilustruara me shembuj praktik dhe sugjerime konkrete. Udhëzuesi përmban disa burime dhe informacione utilitare si edhe një fjalorth me përcaktimin e termave dhe koncepteve kryesore.

Vleftësimi i metodologjisë dhe instrumentave përkatës së këtij udhëzuesi është kryer nëpërmjet një sesioni validues me pjesëmarrjen e Koordinatorëve të Marrëdhënieve me Biznesin, pjesë e Njësive të Zhvillimit të 10 shkollave partnere të projektit “Aftësi për Punë”. Pas sesionit validues të zhvilluar online, rishikime u kryen sipas komenteve të marra për ta bërë këtë dokument sa më plotësues.

2. Njësia e Zhvillimit dhe Marrëdhëniet me Biznesin

Njësia e Zhvillimit ngrihet e funksionon pranë çdo ofruesi të AFP-së, Udhëzimi* Nr. 11, datë 03.03.2020. NJZH është një strukturë e brendshme e cila ka për qëllim hartimin, zbatimin, dokumentimin dhe mbikëqyrjen e veprimtarive dhe projekteve zhvillimore të institucionit. NJZH përbëhet nga personeli mësimdhënës dhe drejtohet nga përgjegjësi i cili/e cila, përveç drejtimit, mbulon dhe të paktën një funksion.

Pas miratimit të akteve nënligjore për krijimin dhe funksionimin e Njësive të Zhvillimit, IOAFP-të veprojnë në një kontekst të përmirësuar. Këto struktura, të krijuara për rritjen e efikasitetit të menaxhimit të shkollave profesionale përfshijnë shtatë funksione, ndër të cilat edhe atë të 'krijimit të lidhjeve me biznesin dhe partnerë të tjerë'. Në këtë drejtim, pritet që Njësitë e Zhvillimit të luajnë një rol kyç në lidhjen më të mirë me tregun e punës për të gjithë IOAFP-të.

2.1 Funksioni i krijimit të lidhjeve me biznesin në Njësinë e Zhvillimit

Njësia e Zhvillimit në çdo IOAFP përmban Koordinatorin për Marrëdhëniet me Biznesin, funksioni kryesor i të cilit është krijimi i lidhjeve me biznesin dhe partnerët e tjerë. Aktualisht, tek secili ofrues partner në projektin S4J është caktuar një mësues si personi përgjegjës për zhvillimin dhe menaxhimin e marrëdhënieve me biznesin, ndryshe 'Koordinatori i Marrëdhënieve me Biznesin'.

Pavarësisht se drejtuesit e shkollave mbeten ende një figurë e rëndësishme kur bëhet fjalë për afrimin e bizneseve të reja, roli i Koordinatorit është thelbësor, pasi edhe në rastet kur bizneset afrohen me shkollën nga drejtuesit, janë Koordinatorët ata që duhet të investojnë kohën e tyre në vazhdimësi, për t'i ruajtur këto marrëdhënie. Detyrat dhe kompetencat kyçe të Koordinatorit përcaktohen në udhëzuesin e Njësisë së Zhvillimit, me funksionet përkatëse sikurse parashtrohen më poshtë.

Kutia 1: Funksioni i Koordinatorit të Marrëdhënieve me Biznesin

- a. Identifikon biznese të reja me qëllim zgjerimin e rrjetit të bashkëpunëtorëve partnerë socialë;
- b. Krijon e mirëmban një bazë të dhënash ku të jenë të regjistruara informacione kontakti dhe informacione të tjera me rëndësi për mbajtjen e lidhjeve;
- c. Koordinon nevojat e institucionit për kryerjen e praktikave profesionale të nxënësve dhe kursantëve me mundësitë e kapacitetet e bizneseve;
- d. Harton planin/grafikun e praktikave profesionale në biznese;
- e. Koordinon realizimin e praktikave profesionale në biznese;
- f. Shkëmben informacion nëpërmjet takimeve periodike e vizitave në mjediset e biznesit;
- g. Mbledh informacion nga bizneset dhe partnerët për vlerësimin dhe rishikimin e vazhdueshëm të ofertës së institucionit, me qëllim adresimin e duhur të nevojave lokale e rajonale të tregut të punës për të përmirësuar ofertën ekzistuese (drejtime, profile, module, kurse afatshkurtra) ose zhvilluar ofertë të re (module, kurse afatshkurtra);
- h. Promovon ofruesin e AFP-së të biznese në rajon;
- i. Ndërton marrëdhënie me partnerë të tjerë socialë në rajon dhe më gjerë.

**Sipas Udhëzimit Nr. 11, Datë 03.03.2020 për Mënyrën e organizimit dhe veprimtarinë e ofruesve publikë të arsimit dhe formimit profesional, Ministria e Financave dhe Ekonomisë/Neni 40.*

→ Aftësitë e Koordinatorit ←

Për të realizuar me sukses detyrat e përcaktuara në përshkrimin e punës, çdo Koordinator duhet të zotërojë (në rastin më të mirë), apo të fitojë gjatë punës edhe aftësitë e mëposhtme ndërpersonale:

1. *Të qënurit i/e hapur* - Të jetë i/e komunikueshëm/me dhe të shijojë praninë e personave të tjerë rreth tij/saj.
2. *Komunikimi (me gojë dhe me shkrim)* - Kjo lidhet me të qënit i/e artikulluar dhe lehtësisht i/e kuptueshëm/me.
3. *Proaktiv dhe i/e motivuar* – Aftësia për të marrë iniciativën, për të sjellë ndryshim në shkollë dhe të orientuar kah rezultateve dhe arritjeve.
4. *Rrjetëzimi dhe Negocimi* – Aftësia për të krijuar kontakte dhe marrëdhënie të dyanshme me të tjerët sipas interesave të përbashkët. Këtu përfshihen edhe aftësitë bashkëpunuese, negociuese dhe zgjidhje problemi.
5. *Inteligjenca emocionale* - Aftësia për të mirëkuptuar emocionet dhe motivet që fshihen pas sjelljes njerëzore, sa mirë arrijnë t'i 'lexojnë njerëzit'.
6. *Organizimi / Menaxhimi i Kohës* – Aftësia për vendosjen e duhur të prioriteteve, organizimit të punës dhe arritjen e objektivave brenda afateve të përcaktuara.
7. *Integriteti dhe profesionalizmi* – Aftësia për të ushtruar funksionin me ndershmëri dhe përgjegjshmëri si edhe për të ndërtuar marrëdhënie të shëndetshme dhe profesionale me nxënës, kolegë, prindër, komunitetin dhe aktorë të tjerë.
8. *Aftësi digjitale* – Aftësia për të përdorur teknologjinë e informacionit dhe komunikimit në funksion të punës dhe vendosjes së marrëdhënieve me palët e tjera.

Kutia 2: Këshilla për Koordinatorin e Marrëdhënieve me Biznesin

➤ **Dëgjoni, kuptoni, angazhohuni**

Çdo partner i mundshëm i biznesit është njeri, ashtu si edhe ju. Bizneset përgjigjen më mirë kur angazhoheni me ta. Përpiquni të kuptoni nevojat dhe dëshirat e tyre, dëgjoheni zërin e tyre dhe drejtojeni pyetje dhe bëni përpjekje të sinqerta për tu lidhur me ta.

➤ **Mos u dorëzoni menjëherë**

Me gjasë do ju duhet të 'trokisni' më shumë se një herë në derën e një biznesi përpara se të krijoni lidhjen që synoni për IOAFP-në tuaj. Ju duhet të kuptoni që biznesi funksionon me një logjikë të ndryshme nga institucioni juaj dhe jo domosdoshmërisht prioritetet tuaja përputhen. Mos përgjigja apo refuzimi fillestar nuk është përfundimtar. Ju duhet të tregoni durim, angazhim dhe komunikim për t'iu shpjeguar se çfarë përfiton biznesi nga kjo marrëdhënie dhe sesi do të funksionojë në të mirë të të gjithë palëve të përfshira.

➤ **Ndërtoni marrëdhënie mes të barabartësh**

Është e rekomandueshme që të ndërtoni marrëdhënie mbi bazën e barazisë dhe përfitimit të dy-anshëm me rrjetin e bizneseve partnere. Ju duhet të njihni mire si përfitimet tuaja ashtu edhe të biznesit nga kjo marrëdhënie në mënyrë që të jeni bindës/e. Respekti, reciprociteti dhe profesionalizmi janë thelbësorë këtu.

➤ **Shprehni mirënjohje**

Është e rekomandueshme që kurdo që të mundeni ju dhe drejtuesit e institucionit tuaj të shprehni mirënjohje për bashkëpunimin dhe kontributin e bizneseve lokale, rajonale apo kombëtare në IOAFP-në tuaj. Ju mund të dërgoni mesazhe elektronike apo kartolina falenderimi. Ju mund të organizoni aktivitete në shkollë me pjesëmarrjen e bizneseve në shenjë mirënjohjeje. Ju mund të akordoni çertifikata mirënjohjeje për bizneset partnere më të mirë.

➤ **Nuk jeni vetëm!**

Mbani parasysh që ju nuk mund ta realizoni i / e vetme këtë funksion dhe nevojitet bashkëpunim dhe kontribut edhe nga kolegët e tjerë në NJZH, mësuesit, instruktorët, drejtuesit e shkollës si edhe vetë nxënësit.

→ Bashkëpunimi brenda shkollës ←

Krijimi, menaxhimi dhe zgjerimi i rrjetit të bizneseve partnere është një funksion me rëndësi për shkollën dhe për nga mënyra e organizimit dhe rezultatet që synon të arrijë, ky funksion nuk mund të realizohet kurrësi vetëm nga Koordinatori për Marrëdhënien me Biznesin në NJZH. Ndërkohë që Koordinatori ka një peshë më të madhe për koordinimin dhe nxitjen e zhvillimit të mëtejshëm të funksionit, ai ose ajo duhet të mbështeten në punën e tyre nga i gjithë institucioni. Seksioni më poshtë (*Ndërlidhja me funksionet e tjera në Njësinë e Zhvillimit*) specifikon ndërlidhjen konkrete të këtij funksioni me funksionet e tjera në NJZH.

→ Dokumentim, raportim, vlerësim ←

Këshillë

Për ecurinë e punës suaj si Koordinator i Marrëdhënieve me Biznesin është me rëndësi që ju të dokumentoni punën tuaj si dhe të raportoni në mënyrë periodike tek NJZH dhe drejtuesit e shkollës apo Bordi i Shkollës, sipas rastit, lidhur me progresin e realizuar, arritjet, sfidat dhe nevojat që ju keni.

Ky udhëzues ju paraqet disa shembuj për dokumentimin dhe raportimin që duhet të kryeni si; ruajtja e Memorandumeve të Mirëkuptimit, databaza e rrjetit të bizneseve, PPT e prezantimit të shkollës, lista e kontakteve, databaza e nxënësve dhe vendosja e tyre në praktika në biznes, agjendat e aktiviteteve me biznesin, minutat e takimeve apo edhe materialet për komunikimin dhe marketingun e aktiviteteve të përbashkëta. Dokumentimi krijon kujtesën e nevojshme institucionale për këtë funksion dhe është një formë e konsolidimit të funksionit dhe e trashëgimisë që ju i lini NJZH dhe IOAFP-së. Dokumentimi është dëshmi e punës suaj dhe raportimi një formë për të nxitur dialogun e brendshëm dhe bashkëpunimin për këtë funksion duke reflektuar mbi ecurinë e tij.

Së bashku me drejtuesin e NJZH si edhe me drejtuesit e shkollës është mirë që të përcaktoni disa tregues të matshëm të ecurisë së këtij funksioni apo të matjes së suksesit tuaj si Koordinator për Marrëdhëniet me Biznesin. Kështu për shembull disa tregues mund të jenë:

- numri i nxënësve që kryejnë praktikën në biznes në krahasim me numrin total të nxënësve që duhet të kryejnë praktikën;
- numri i nxënësve që kryejnë praktikën në biznes në krahasim me vendet vakante që ka biznesi;
- numri i aktiviteteve të përbashkëta;
- cilësia dhe shpeshësia e sugjerimeve të biznesit për zhvillimin e kurrikulës;
- numri i mësuesve që kryejnë trajnim në industri;
- numri i sponsorizimeve nga biznesi;
- numri i bizneseve të reja që vendosin marrëdhënie me shkollën;
- numri i projekteve të përbashkëta etj.

Natyrisht që ecuria e marrëdhënies varet nga shumë faktorë dhe vlerësimi i suksesit apo performancës nuk është thjeshtë dhe vetëm listim i disa treguesve numerikë. Megjithatë ato janë një pikënisje drejt procesit të dokumentimit, raportimit, vlerësimit të performancës dhe reflektimit për ta përmirësuar më tej.

2.2 Ndërlidhja me funksionet e tjera në Njësinë e Zhvillimit

Krijimi i lidhjeve me biznesin, menaxhimi i marrëdhënieve, zgjerimi dhe mbarëvajtja e qëndrueshme e tyre është e lidhur ngushtë edhe me funksionet e tjera të Njësisë së Zhvillimit dhe sidomos me funksionet e mëposhtme:

- zhvillimi i vazhduar profesional i personelit mësimdhënës së IOAFP-ve përmes trajnimeve në biznes;
- zhvillimi i kurrikulave në nivel ofruesi, ku përmes lidhjes me biznesin përshtatet kurrikula në mënyrë të vazhdueshme me nevojat e tregut të punës;
- orientimi në karrierë i nxënësve/kursantëve - Orienton nxënësit dhe prindërit e tyre me tregun e punës, mundësitë për karrierë dhe punëdhënësit e mundshëm;
- hartimi dhe zbatimi i projekteve - Harton dhe zbaton projekte që përforcojnë lidhjet me biznesin dhe partnerë të tjerë.
- marketingu institucional duke mundësuar zgjerimin e rrjetit të bizneseve partnere.

2.3 Ndërlidhja me planin strategjik të ofruesit të AFP-së

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

Koordinatori duhet të mbajë parasysh prioritetet strategjike të institucionit të tij/saj në çdo hap të krijimit, menaxhimit dhe zgjerimit të rrjeteve partnere me biznesin. Kështu për shembull nëse një prej prioriteteve strategjike të IOAFP-së është *“përditësimi i njohurive për mësuesit e shkollës nga biznesi”*, atëherë krijimi i mundësive për trajnimin e mësuesve përmes biznesit duhet të jetë në listën prioritare të negocimit të marrëveshjes së bashkëpunimit me bizneset. Realizimi i ndërlidhjes me planin strategjik të IOAFP-së kërkon një komunikim dhe ndërveprim të brendshëm shumë të mirë dhe të integruar në mënyrë organike dhe të vazhdueshme në institucion.

Këshillë

Ju mund të kontaktoheni nga organizata të shoqërisë civile për të realizuar bashkëpunim me bizneset përmes projekteve të financuara nga donatorë. Kjo është një mundësi e mirë për shkollën tuaj. Megjithatë ju duhet të vlerësoni me kujdes këtë mundësi: A është në përputhje me planin tuaj strategjik dhe prioritetet e shkollës? A keni mundësi për ta realizuar këtë projekt? Cilat janë aktivitetet e parashikuara? A bien ndesh me planin tuaj vjetor të veprimtimit? Çfarë kërkohet nga ju? Si do të mund të bëhet e qëndrueshme më pas kjo iniciativë? Ndërlidhje mes Koordinatorit të Zhvillimit të Projekteve dhe Koordinatorit të Marrëdhënieve me Biznesin është me shumë rëndësi për të arritur në një formulë fituese për shkollën tuaj.

3. Bashkëpunimi Arsim dhe Formim Profesional – Biznes

3.1 Vështrim i përgjithshëm

Arsimi dhe formimi profesional janë shndërruar tashmë në prioritate për sektorin publik dhe privat në Europë. Në mënyrë që AFP-ja të kontribuojë në adresimin e sfidave ekonomike si niveli i punësimit të të rinjve, konkurrenca apo gjithëpërfshirja shoqërore, është e rëndësishme që oferta e AFP-së të jetë cilësore dhe tërheqëse për nxënësit, prindërit dhe tregun e punës. Për këtë, lidhja midis sferave të arsimit dhe formimit profesional dhe sferës së punës është me rëndësi thelbësore.¹ Vendet me traditat më të mira sa i takon AFP-së dëshmojnë se gërshetimi i praktikave në shkollë dhe në biznes shërben për të rritur rëndësinë, cilësinë dhe tërheqjen e ofertës së AFP-së (SDC, 2016).

Thellësia dhe forca e angazhimit të biznesit në AFP mund të konceptohet me disa shkallë. Ky angazhim mund të nisë nga informimi e të vazhdojë deri në formën e fuqizimit të dyanshëm.²

Figura 2: Nivelet e bashkëpunimit me biznesin



Shkalla e parë nënkupton shkëmbimin e informacionit me interes për të dyja palët. Në nivelin e dytë të konsultimit, IOAFP-të konsultohen me bizneset lokale sa i takon zhvillimeve në tregun e punës dhe tematika të tjera me interes.

Përfshirja nënkupton angazhimin e herë pas hershëm të biznesit në aktivitetet e IOAFP-ve. Niveli i katërt nënkupton bashkëpunimin e qëndrueshëm mes biznesit dhe AFP-së të strukturuar me marrëveshje dhe të konkretizuar me aktivitete në përfitim të dyanshëm. Sipas këtij modeli, niveli më i thellë dhe i fortë i angazhimit është ai i fuqizimit.

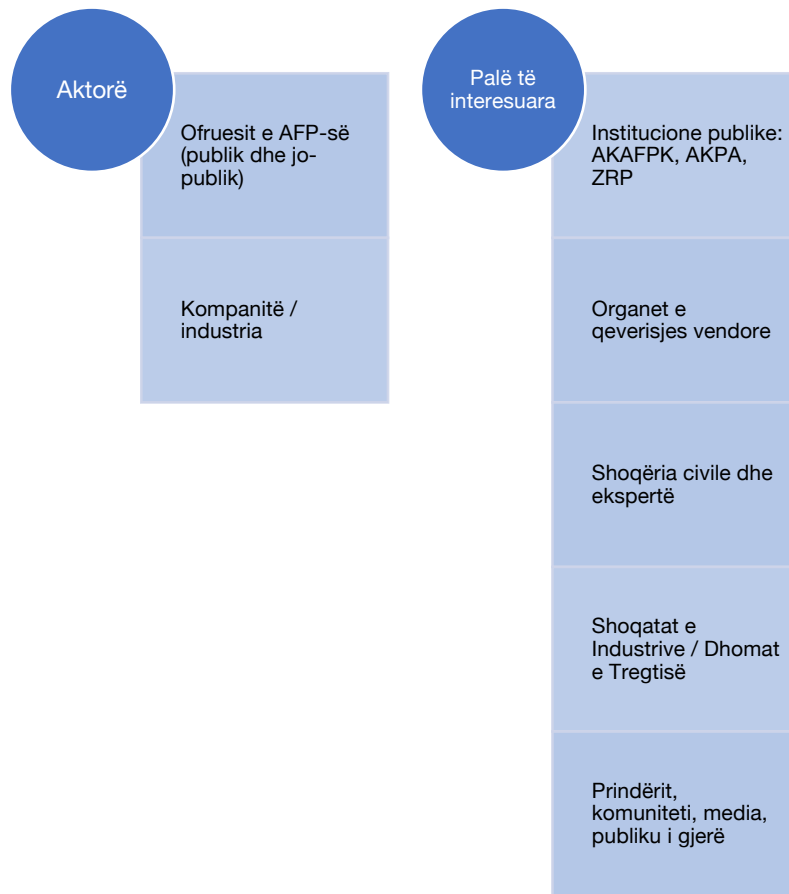
Fuqizimi nënkupton që biznesi dhe IOAFP-ja fuqizohen në mënyrë të ndërsjelltë përmes bashkëpunimit të vendosur. Ky bashkëpunim është i qëndrueshëm dhe 'fito-fito' për të dyja palët si edhe në të mirë të komunitetit dhe sektorit të AFP-së në tërësi.

Në parim, në këtë marrëdhënie aktorët janë: IOAFP-të dhe kompanitë e biznesit. Megjithatë, ka edhe palë të tjera të interesuara sikurse paraqiten më poshtë.

¹ Komisioni European, 2017.

² Për modelin e plotë dhe të detajuar, mund t'i referoheni Euler, 2017.

Figura 3: Palët e interesuara në marrëdhënien AFP-Biznes



Ky udhëzues përqendrohet në mënyrë specifike tek marrëdhëniet me biznesin, por shkolla bashkëpunon edhe me partnerë të tjerë sikurse janë listuar më sipër si palë të interesuara që veprojnë në rajonin tuaj. Tjetër partner me rëndësi për AFP-në janë edhe shkollat 9-vjeçare.

Kutia 3: Shkollat 9-vjeçare si partner

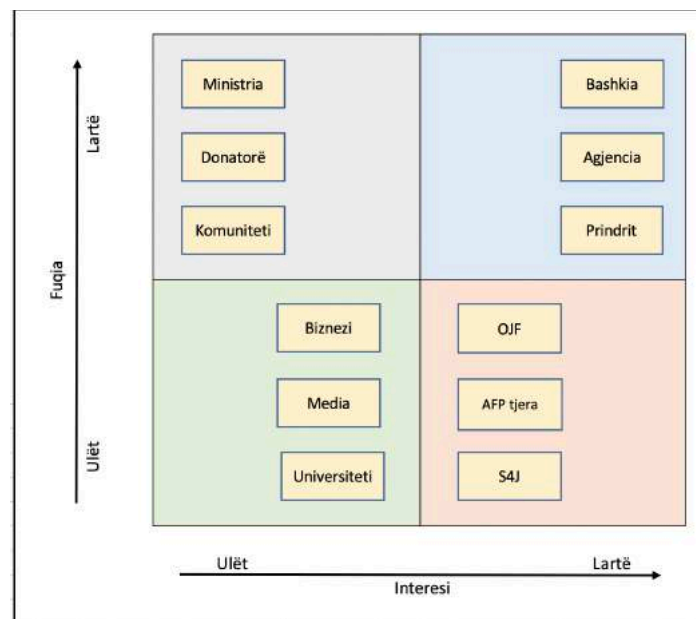
Vendosja e marrëdhënieve të qëndrueshme me shkollat 9-vjeçare ka përparësi sepse lidhet me numrin e nxënësve që zgjedhin AFP-në, shkollën apo programet tuaja. Orientimi për karrierën merr një rol shumë të rëndësishëm për institucionet ofruese të AFP, në përmbushje të misionit të tyre. Ndaj marrëdhënia me shkollat 9-vjeçare ka rëndësi jo vetëm për të orientuar nxënësit për zhvillimin në karrierë apo lehtësuar kuptueshmërinë e tyre për programet e drejtimet e ndryshme të AFP-së, por edhe i jep një avantazh konkurrues shkollës suaj duke përputhur ofertën me kërkesën dhe duke krijuar një lidhje të hershme me nxënësit.

Në kuadër të marrëdhënieve me bizneset partnere ju mund të organizoni aktivitete të ndryshme publike në shkollën tuaj, dhe mund të jetë me interes për tu koordinuar edhe me Koordinatorin e Orientimit dhe Këshillimit në Karrierë në NJZH për të bashkë-organizuar këto aktivitete në mënyrë që nxënësit e shkollave 9-vjeçare të mund të marrin pjesë dhe të njohin kështu më shumë shkollën, por edhe mundësitë për karrierë që ju ofroni përmes rrjetit të bizneseve partnere.

Në mënyrë të veçantë vendosja e marrëdhënieve me shkollat 9-vjeçare trajtohet tek Udhëzuesi për Orientimin dhe Këshillimin në Karrierë të projektit “Aftësi për Punë”.

Analiza e palëve të interesuar të listuara më sipër mund të bëhet duke konsideruar fuqinë e tyre, pra aftësinë e tyre për të kontribuar ose penguar përpjekjet për krijimin dhe zgjerimin e marrëdhënieve me biznesin. Pasi është qartësuar fuqia e tyre, vendoset nëse një palë e interesuar është mbështetëse e juaja apo kundërshtarë në varësi të interesit të lartë apo të ulët. Nëse lejon koha dhe burimet, është e rëndësishme që të bashkëbisedohet me palët e interesuara për të kuptuar pikëpamjet e tyre dhe për të filluar një dialog që do t'i shërbejë më tej krijimit dhe menaxhimit të marrëdhënieve me biznesin. Në disa raste palët e interesuara bëhen kundërshtarë të projektit pikërisht sepse nuk janë konsultuar apo dëgjuar. Figura më poshtë paraqet matricën interes dhe fuqi për analizën e palëve të interesuara.

Figura 4: Matrica fuqi dhe interes për vlerësimin e palëve të interesuara



Megjithatë më shumë detaje për analizën e palëve të interesuara gjenden tek Udhëzuesi për Zhvillimin e Projekteve të projektit “Aftësi për Punë”.

3.2 Përse duhet bashkëpunimi me biznesin?

Bashkëpunimi AFP-Biznes është një marrëdhënie me interes dhe në përftim të të dy palëve të përfshira. Në parim dhe në nivel makro, ky bashkëpunim vlen për të përmbushur:

- qëllime ekonomike: aftësimi dhe kualifikimi i profesionistëve sipas kërkesave të tregut dhe produktivitet i rritur;
- qëllime sociale: integrim dhe gjithëpërfshirje shoqërore;
- qëllime personale: rritje e mundësive për punësim dhe vetëpërmbushje profesionale.³

Më konkretisht ky bashkëpunim është me interes për AFP-në pasi mundëson një përshtatje më të madhe të ofertës së AFP-së, cilësi më të mirë dhe rritje të tërheqjes nga ana e nxënësve dhe prindërve për ofertën e AFP-së.

³ Euler, D. 2017.

Kutia 4: Përfitimet e AFP nga bashkëpunimi me biznesin

➔ **Pse IOAFP-të duhet të bashkëpunojnë me bizneset?**

- ✓ Mësimnxënie përmes punës dhe praktikës – realizimi i praktikave në biznes;
- ✓ Përputhshmërinë mes ofertës së AFP-së dhe kërkesave të tregut;
- ✓ Diversifikimin e ofertës sipas kërkesave të tregut;
- ✓ Ulje të të larguarve nga shkolla përmes angazhimit me aktivitete konkrete me biznesin dhe tregun e punës;
- ✓ Zhvillim materiale mësimore;
- ✓ Rritje të shkallës së punësimit të të diplomuarve;
- ✓ Aftësi sipërmarrëse të nxënësve përmes njohjes më të mirë të punës në biznese dhe përfitimeve që sjell një sipërmarrje e tillë;
- ✓ Rritje të mobilitetit të mësuesve dhe nxënësve duke lidhur botën e arsimit me atë të punës dhe biznesit;
- ✓ Trajnim dhe zhvillim profesional të mësuesve;
- ✓ Pasurim të portofolit të projekteve dhe aktiviteteve;
- ✓ Gjithëpërfshirje shoqërore duke përmirësuar mundësitë për punësim dhe krijim të ardhurash;
- ✓ Rritje të ndërgjegjësimit për rolin e AFP-së në ekonomi dhe shoqëri.

Kutia 5: Përfitimet e biznesit nga bashkëpunimi me IOAFP-të

➔ **Pse bizneset duhet të bashkëpunojnë me IOAFP-të?**

- ✓ Reduktim i kostove të burimeve njerëzore përmes angazhimit periodik të praktikantëve;
- ✓ Rekrutim i profesionistëve të kualifikuar sipas nevojave të biznesit;
- ✓ Përputhshmërinë mes kërkesave të biznesit dhe ofertës së AFP-së;
- ✓ Kualifikim dhe zhvillim profesional i vazhdueshëm i stafit;
- ✓ Diversifikim i të ardhurave përmes fondeve nga projektet me IOAFP-të;
- ✓ Gjenerim idesh të reja;
- ✓ Promovim i biznesit tek ofruesit e AFP-së, nxënësit, prindërit dhe komuniteti;
- ✓ Përgjegjësi shoqërore dhe kontribut për komunitetin;
- ✓ Përmirësim i sistemit të AFP-së.

Përfitimet për biznesin duhet të jenë praktike dhe konkrete!

Kutia 6: Shembull për përfitimet nga marrëdhënia me biznesin

Dëshmi e shkollës "Kolin Gjoka", Lezhë

Cili ka qenë kontributi më i madh që biznesi ka bërë për shkollën tuaj?

- ☑ Pranimin e nxënësve për realizimin e praktikave profesionale (të gjithë nxënësit e drejtimit Hoteleri-Turizëm) dhe nxënës të drejtimeve të tjera.
- ☑ Mbështetjen e nxënësve me mjetet dhe materialet e nevojshme për pjesëmarrjen në konkurse kombëtare dhe ndërkombëtare.
- ☑ Promovimin e shkollës nëpërmjet postimeve të nxënësve duke realizuar praktikën në bizneset e tyre, realizimit të videove për të nxitur nxënësit të regjistrohen në shkollën tonë apo dhe pjesëmarrjes në takimet promovuese të zhvilluara në shkollë.
- ☑ Përfshirja reale e tyre për vlerësimin e ofertës së shkollës.
- ☑ Mbështetja për mësuesit e lëndëve të teorisë profesionale për realizimin e orëve të veçanta ku janë ftuar si specialistë të fushës.
- ☑ Pagesën e transportit të nxënësve në disa raste.

3.3 Fushat e bashkëpunimit

Duke supozuar që ka interes dhe vullnet nga AFP-ja dhe biznesi për të krijuar marrëdhënie bashkëpunimi, fushat specifike të bashkëpunimit mund të jenë të ndryshme. Më poshtë paraqiten disa nga fushat e bashkëpunimit bazuar në përvojën e projektit 'Aftësi për Punë' dhe marrëdhëniet që shkollat partnere kanë krijuar me bizneset. Kjo listë është udhëzuese dhe jo shteruese.

3.3.1 Skema Graduale e Zhvillimit

Skema Graduale e Zhvillimit (SGZH) përfshin aktivitete të përbashkëta mes AFP-së dhe bizneseve. Këtu mund të përfshihen:

- ⇒ ftesa e përfaqësuesve të biznesit për orë të hapura leksioni në shkollë
- ⇒ vizita në biznes të studentëve dhe mësuesve
- ⇒ punëtori të përbashkëta sipas tematikave specifike të dakordësuara më parë
- ⇒ organizim i pritjeve në shkollë apo aktiviteteve publike me pjesëmarrjen e bizneseve.

Mendojini SGZH si nivelin fillestar të bashkëpunimit ose si një përpjekje për tu njohur, testuar marrëdhënien, ndërtuar besimin! SGZH janë aktivitete që i paraprijnë formave më intensive të bashkëpunimit sikurse praktikat profesionale.

Realizimi me sukses i SGZH kërkon nga njëra anë mbledhje të informacionit sipas nevojave të mësuesve dhe instruktorëve dhe nga ana tjetër, komunikim e koordinim me bizneset. Në fillim të vitit akademik është mirë që të shqyrtohet plani mësimor i lëndës nga çdo mësues dhe të identifikohen nevojat për SGZH, të cilat i komunikohen Koordinatorit të Marrëdhënieve me Biznesin. Më pas përgjatë vitit akademik dhe sipas nevojës, Koordinatori identifikon bizneset dhe komunikon me to për të bërë të mundur realizimin e SGZH në një mënyrë dhe kohë të përshtatshme për të dyja palët.

3.3.2 Praktikrat profesionale

Zhvillimi i moduleve të praktikës mësimore mund të kryhet pranë ambienteve të shkollës apo atyre të biznesit. Praktika profesionale nënkupton aftësimin e studentëve duke i vendosur ata në poste konkrete pune në biznes. Në këtë mënyrë, përveç aftësive teknike, ata mund të përfitojnë aftësi dhe kompetenca ekstra, jo domosdoshmërisht të përfshira në programin mësimor, si edhe aftësi të buta, duke u bërë në këtë mënyrë më të përgatitur për tregun e punës.

Skema e praktikës profesionale parashikon zhvillimin e praktikës për të gjithë kohëzgjatjen e viteve mësimore. Studenti lidh një kontratë me biznesin për një periudhë afatgjatë dhe që duhet të ndiqet përgjatë të gjithë vitit kalendarik. Me rregulloren e re të Praktikave Profesionale⁴, nxënësi lejohet të zhvillojë praktikën në biznes edhe përgjatë periudhës së verës.

Duke u specializuar në një (disa) biznes(e) të caktuar(a), duke qenë i lidhur 2-4 vjet me të njëjtin biznes, si edhe duke qënë pjesë e tregut të punës që gjatë kohës së studimeve, rriten shanset që nxënësi të punësohet lehtësisht pas përfundimit të shkollës.

⁴ Rregullorja e Praktikave Profesionale, Datë ___/___/___

Rast suksesi: Bashkëpunimi me Mrizin e Zanave

Që prej Marsit të vitit 2017, shtatë (7) nxënës të drejtimit Hoteleri-Turizëm, në klasën e X-të të shkollës profesionale 'Kolin Gjoka' në Lezhë, po kryejnë praktikën profesionale tek biznesi i mirënjohur i Agroturizmit, Mrizi i Zanave.

Nxënësit praktikantë janë përzgjedhur në sajë të marrëveshjes mes shkollës 'Kolin Gjoka' dhe Mrizit të Zanave me mbështetjen e projektit "Aftësi për punë". Biznesi është informuar për të drejtat dhe përgjegjësitë që lindin nga kjo marrëdhënie. Mrizi i Zanave ka qenë tejet i gatshëm për tu përkushtuar në këtë lidhje me shkollën, angazhim i cili vijon edhe sot si biznes kryesues në Bordin Menaxhues të shkollës.

Në vitin e parë të studimeve nxënësit praktikohen pranë biznesit një ditë e gjysëm në javë. Në vitin e dytë, nxënësit shkojnë në biznes minimalisht për 2 ditë në javë. Në vitin e tretë për dy ditë e gjysëm. Përgjatë gjithë viteve nxënësit praktikantë afrohen me biznesin edhe në fundjavë kur biznesi ka edhe më tepër kërkesë për profesionistë.

Momentalisht 7 nxënësit praktikantë janë në vit të katërt dhe shkojnë tek i njëjti biznes që i ka përgatitur përgjatë të gjithë shkollës.

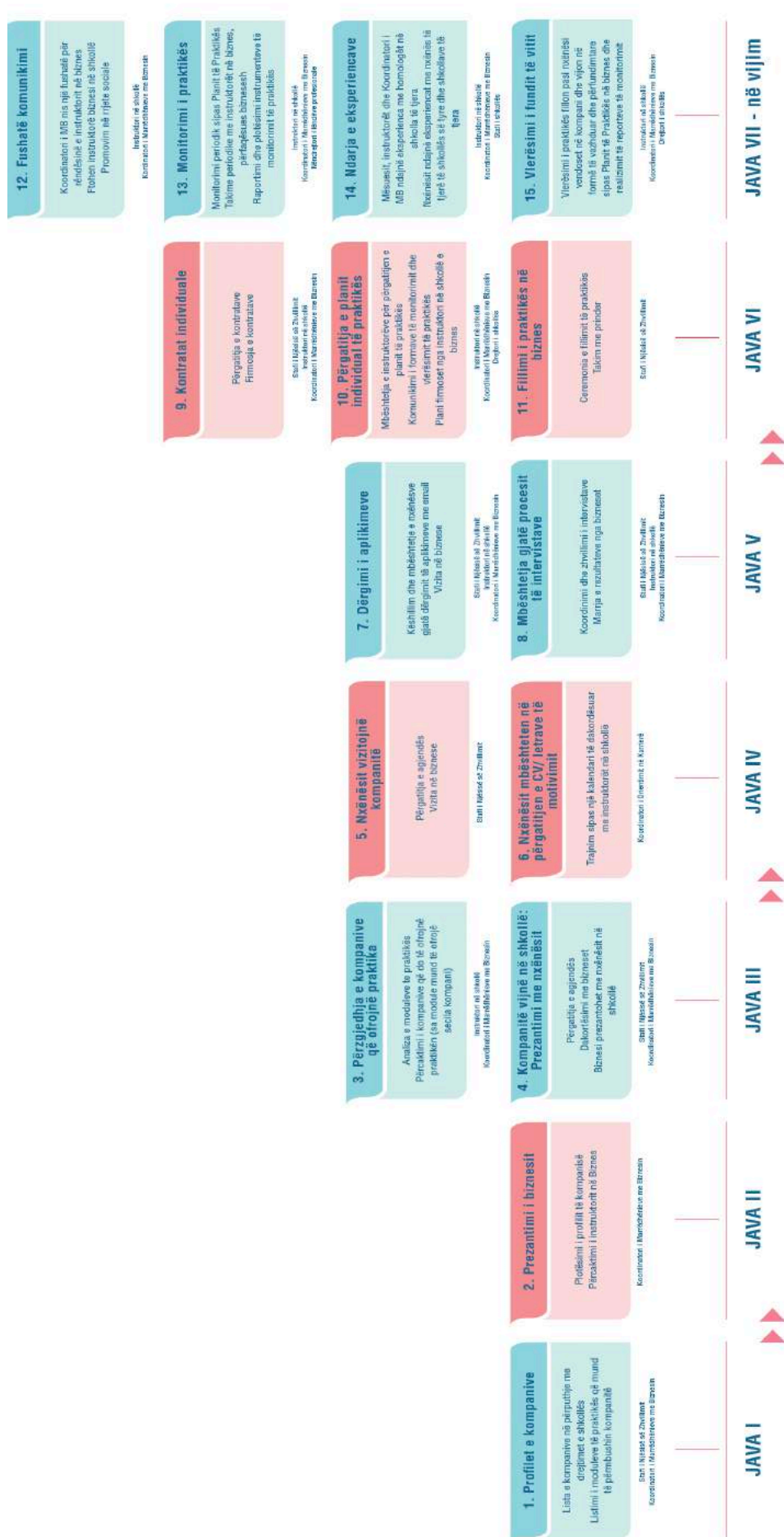
Vlen për tu theksuar që Agroturizmi Mrizi i Zanave, jo vetëm që trajnon dhe aftëson praktikantët por ka marrë përsipër gjatë 4 viteve transportin e dedikuar të nxënësve, uniformat, shpenzime të tjera shtesë dhe vaktet.

Disa prej nxënësve praktikantë janë punësuar sezonalisht tek ky biznes dhe disa të tjerë janë punësuar gjatë periudhës së verës në Shëngjin, Lezhë.

Vendosja 100% e studentëve në biznese për të zhvilluar praktikat profesionale duhet të jetë objektivi kryesor i koordinatorit kur i qaset një biznesi pasi është i lidhur drejtpërdrejtë me objektivin final që institucioni ka: përgatitjen e një kontigjenti studentësh të aftësuar sipas kërkesave specifike të tregut të punës.

Në bazë të informacionit që koordinatori ka për numrin e studentëve të cilët duhet të akomodohen nëpër kompani, llojin e tyre, sektorin, postet e punës, etj, fillon të përzgjedhë në databazën e bizneseve që institucioni zotëron, bizneset e përshatshme që do të kontaktojnë për të arritur objektivin e sipërpërmendur. Këtu është me rëndësi ndërlidhja me Koordinatorin për Këshillimin dhe Orientimin e Karrierës.

Figura 5: Hapat për praktikën profesionale



Rast suksesi: Bashkëpunimi me Marina Bay Resort

Që prej 2018, resorti turistik më i madh në Vlorë: Marina Bay Resort, ka ofruar praktika profesionale për më shumë se 74 praktikantë/nxënës të Shkollës Tregtare në Vlorë të drejtimit Hoteleri dhe Turizëm.

➔ *Mësimi i bazuar në punë në kompani*

Shef Aldo Mehmeti është i motivuar dhe shumë i interesuar për transferimin e aftësive teknike dhe të buta te profesionistët e rinj. Specialitetet e tij në Kuzhinën Gurme Italiane konsiderohen shumë tërheqëse për praktikantët e rinj që duan të vazhdojnë karrierën në të njëjtin drejtim. Shef Aldo është i palodhur në shpjegimin e proceseve të punës dhe teknikave për nxënësit, duke inkurajuar të rinjtë e talentuar të ndjekin ëndrrën e Master Chef me përkushtim, punë të palodhur dhe kulturë profesionale.

➔ *Vizita e biznesit në shkollë*

Shef Aldo viziton periodikisht shkollën për leksione të hapura dhe tregime nga jeta e biznesit dhe shërben si një ambasador në bizneset e tjera të interesuara në rajon për Fushatën e Ndërgjegjësimit për Praktikantët Profesionale. Krahas praktikave profesionale, shef Aldo është shumë i përfshirë edhe në Proceset Planifikuese të Shkollës dhe të Zhvillimit të Kurrikulës sidomos sa i takon ofrimin e profileve të reja të përshtatura me kërkesat e biznesit, tërheqjen e nxënësve dhe regjistrimin e tyre.

Shkolla Tregtare në Vlorë ofron tashmë profile të reja sipas kërkesës së bizneseve sikurse është rasti i Resorti Marina Bay.

➔ *Bashkëpunimi si partner në kohë të pasigurta*

Edhe gjatë kohës së vështirë të COVID-19, shkolla "Tregtare" në Vlorë realizoi konkurse mes studentëve. Programi quhet "Kuzhina e shtëpisë" dhe transmetohet në një prej televizioneve lokale. Studentët zgjedhin receta gatimi në konsultim me instruktorin e shkollës dhe shef Aldon. Më pas 2 studentë konkurrojnë dhe shef Aldo shpall fituesin duke u bazuar në një vlerësim të kujdesshëm të recetave të gatuar dhe duke ofruar udhëzime përkatëse. Kjo i ka inkurajuar studentët të jenë optimistë pavarësisht periudhës së vështirë të pandemisë. Ata janë kureshtarë dhe kërkues. Prindërit gjithashtu e kanë mbështetur këtë iniciativë pasi ata kanë filluar të gatujnë edhe për familjen. Kjo gjithashtu i ka inkurajuar të kërkojnë receta të reja online dhe të kërkojnë mendimin dhe udhëzimet e shef Aldos, të cilat nuk kanë munguar.

➔ *Punësimi nisur nga praktika profesionale*

Më shumë se 67% e praktikantëve tek Restoranti Mandarine (në Marina Bay Resort) nën udhëheqjen e shef Aldos

3.3.3 Përshtatja e ofertës për tregun e punës - Zhvillimi i kurrikulës

Një fushë bashkëpunimi mes ofruesve të AFP-së dhe kompanive është ajo e zhvillimit të kurrikulës për të përmirësuar relevancën e ofertës për tregun e punës. Zhvillimi i kurrikulës nënkupton:

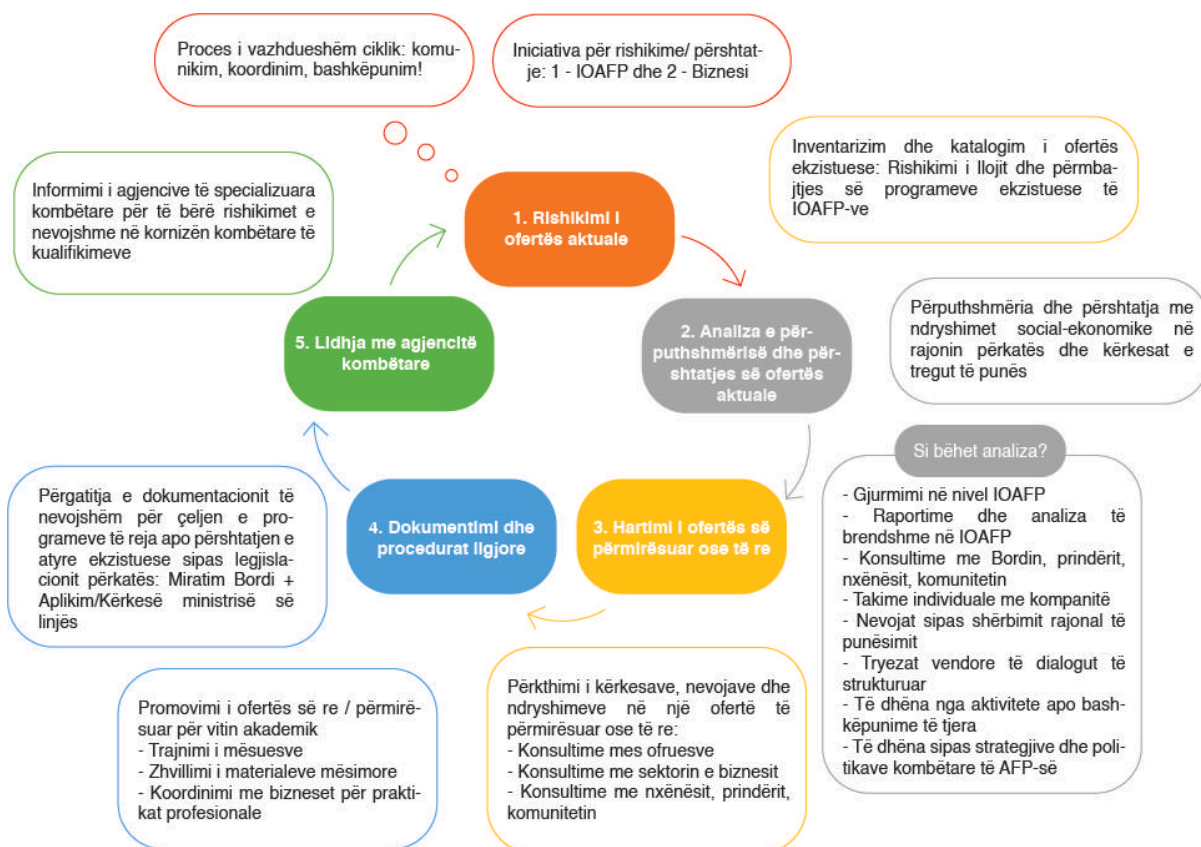
- ⇒ rishikimin dhe përditësimin e kurrikulës ekzistuese dhe përshtatjen e tyre me kërkesat e tregut të punës;
- ⇒ dizenjimin dhe ofrimin e programeve të reja (profile, drejtime, nivele) që i përgjigjen ndryshimeve sociale dhe ekonomike në rajonin përkatës dhe janë në përputhje me nevojat e biznesit.

Kjo fushë bashkëpunimi ka të bëjë me përfshirjen e bizneseve të caktuara për të dhënë kontribut në rastin e rishikimit të një kurrikule të caktuar, apo krijimin e një kurrikule të re. Duke qënë se institucioni duhet të përshtasë vazhdimisht ofertën e tij për t'iu përgjigjur sa më mirë dhe në kohë reale kërkesave të tregut të punës, bizneset nga sektori/industria përkatëse duhet të kenë zërin kryesor sa herë që institucioni ka në plan të bëjë rishikim kurrikule apo krijim të një kurrikule të re. Gjithashtu, bizneset mund të iniciojnë ndryshim, përmirësim të kurrikulës ekzistuese apo krijim kurrikule të re. Me këtë fushë bashkëpunimi nënkuptohet që biznesi të marrë pjesë në aktivitetet, takimet apo punëtori të cilat do të organizojë institucioni, të japë në mënyrë aktive input dhe kontribut për çështjet e kërkuara si edhe të mund të iniciojë ndryshime në kurrikula.

Figura më poshtë paraqet hapat kryesorë të procesit të përmirësimit të përshtatjes së ofertës për tregun e punës si edhe mënyrat sesi kjo mund të bëhet.

Koordinatori duhet të ketë komunikim dhe bashkëpunim të vazhdueshëm për këtë me Koordinatorin për Zhvillimin e Kurrikulës.

Figura 6: Procesi i përditësimit të ofertës



Është e rëndësishme të zgjidhen kompanitë e duhura për të marrë pjesë në procesin e përmirësimit të ofertës përmes rishikimit të kurrikulës dhe përputhshmërisë së saj me nevojat e tregut të punës dhe ndryshimeve social-ekonomike të rajonit tuaj.

Kutia 9: Si të përzgjedhim bizneset për të marrë pjesë në përditësimin e ofertës?

Duke pasur informacionin për kërkesat që ka institucioni në këtë kuadër përmes bashkëpunimit me Koordinatorin për Zhvillimin e Kurrikulave, Koordinatorin për Marrëdhëniet me Biznesin përzgjedh nga tërësia e bizneseve të sektorit/industrisë më të rëndësishme në një rajon të caktuar, ato biznese të cilët;

- i vlerëson si më kontribuese për secilin rast;
- përfaqësuesit e të cilëve, kanë një nivel të caktuar njohurie për AFP-në;
- kanë gatishmërinë dhe disponibilitetin për të vënë në dispozicion kohën e tyre për këtë qëllim;
- kanë eksperiencën të mëparshme në këtë drejtim;
- janë lider në sektorin e tyre.

Një nga mënyrat që projekti “Aftësi për Punë” ka përdorur në drejtim të lidhjes me bizneset sa i takon zhvillimit të kurrikulave është edhe pilotimi i një platforme dialogu të strukturuar për zhvillimin e aftësive në bashkëpunim me kompanitë/punëdhënësit në rajon. Objektivat e platformës së dialogut janë:

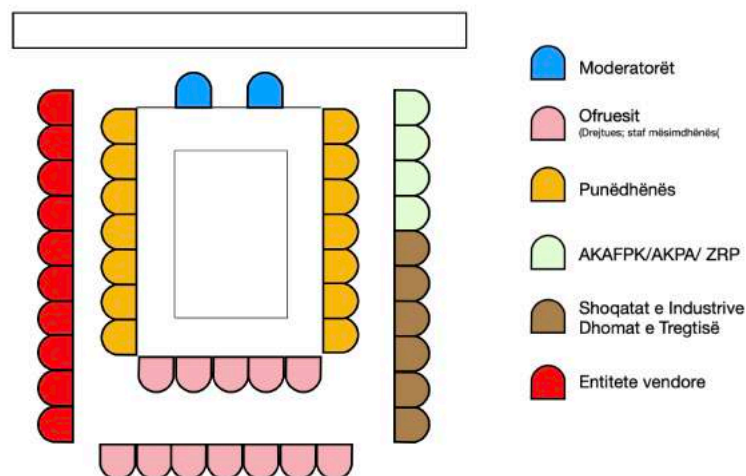
- ⇒ Të rritet ndërgjegjësimi dhe shkëmbimi i informacionit në nivel qarku midis ofruesve të arsimit dhe formimit dhe kompanive;
- ⇒ Të lehtësohet koordinimi dhe partneriteti midis ofruesve dhe punëdhënësve me qëllim zvogëlimin e hendekut midis arsimit dhe formimit dhe botës së punës;
- ⇒ Të promovohet zhvillimi i aftësive të kërkuara nga tregu i punës përmes një procesi me pjesëmarrje dhe gjithëpërfshirës të vlerësimit të nevojave;
- ⇒ Të lehtësohet një përfshirje më e madhe dhe në rritje e kompanive si në identifikimin e aftësive dhe në ofrimin e aftësive të reja.

Figura 7: Veçoritë e platformës së dialogut



Tryezat vendore të dialogut për zhvillimin e aftësive janë epiqendra e platformave në nivel rajonal. Tryezat organizohen çdo vit në muajin tetor në formatin e një punëtorie me në qendër ofruesit e një qarku dhe kompanitë më të rëndësishme që operojnë në atë territor. Ky proces vijon me përkthimin e nevojave në nivel ofruesi duke përdorur inputin nga tryezat vendore dhe sistemin e gjurmimit në nivel ofruesi për të kontribuar drejt përshtatjes së kurrikulave përkundrejt nevojave të tregut.⁵

Figura 8: Aktorët dhe formati i tryezave vendore të dialogut të strukturuar për zhvillimin e aftësive



⁵ Për më shumë referojuni Dokumentit: Konceptimi i tryezave vendore të dialogut të strukturuar për zhvillimin e aftësive, 2019, Projekti “Aftësi për Punë”.

Më poshtë paraqitet një rast sukcesi lidhur me përditësimin dhe diversifikimin e ofertës nisur nga bashkëpunimi me biznesin.

Kutia 10: Diversifikimi i ofertës: Rasti i shkollës “Kolin Gjoka”, Lezhë

Rast sukcesi

S4J ka mbështetur shkollën ‘Kolin Gjoka’ në Lezhë që në 2016 në mënyrë që të transformohet në një institucion që u ofron kompanive punonjës të rinj të kualifikuar. Një nga mekanizmat e mbështetjes ka qenë fillimisht edhe vendosja e partneriteteve me bizneset mbi bazën e një qasje ‘tek për tek’. Kështu në Dhjetor 2016 shkolla nënshkroi MM me 6 kompani, të cilat ranë dakord që të praninin nxënësi si praktikantë.

Mes kompanive nënshkruese ishin edhe Agroturizmi Mrizi i Zanave, përfaqësuar nga Altin Prenga (menaxher dhe bashkëthemelues) dhe Restorant-Hotel Rapsodia, përfaqësuar nga Alfred Marku (menaxher dhe pronar). Mrizi i Zanave po ngrinte qendrën e tij të procesimit të ushqimit, ndërsa Rapsodia kishte vite që kishte ndërtuar një fermë kooperative për të siguruar furnizimin e restorantit me produkte lokale.

Altini dhe Alfredi treguan përkushtim ndaj praktikantëve të rinj dhe bashkëpunuan me projektin dhe me shkollën për ta përmirësuar skemën e praktikës profesionale. Në momentin e volitshëm, shkolla ‘Kolin Gjoka’ i ftoi të bëheshin anëtare të bordit të menaxhimit të shkollës dhe Altin Prenga u zgjodh si Kryetar i Bordit.

Ndërkohë që besimi përforcohej mes shkollës dhe dy kompanive, Altini dhe Alfredi i kërkuan shkollës të konsideronte mundësinë e hapjes së një programi që do të përgatiste specialistë të procesimit ushqimor. Fillimi i një programi krejt të ri në një drejtim të ndryshëm nga profili i shkollës nuk ishte i lehtë dhe të gjithë ishin të vetëdijshëm për sfidat. Për më tepër hapja e një programi të ri kërkon miratimin e ministrisë së linjës. Shkolla nuk kishte fonde dhe as hapësirë për të ndërtuar laboratorë. Nëse ky program do të hapej, atëherë do të duhej që këto kompani të ofronin pjesën e mësimit praktik në mënyrë të plotë.

Në nëntor 2018, S4J lehtësoi një punëtori me palët e interesuara duke përfshirë 13 kompani të procesimit të ushqimit nga rajoni, përfaqësues të institucioneve vendore dhe qëndrore si edhe drejtuesit e shkollës. Si përfundim u arrit:

- identifikimi i nevojave për aftësi në këtë sektor;
- angazhimi i kompanive për të kontribuar me:
 - promovimin e këtij drejtimi të ri të shkollës në komunitet në mënyrë që të regjistroheshin nxënës nëse hapej si program
 - përshtatja e kurrikulës së shkollës me nevojat e kontekstit lokal
 - trajnim praktik i mësuesve
 - sigurimi i vendeve për praktikantë profesionale me rotacion për të gjithë nxënësit që regjistroheshin në program.

Pas dokumentimit dhe procedurave të nevojshme, shkolla ‘Kolin Gjoka’ aplikoi për licensimin e programit të ri të ‘Teknologjisë Ushqimore’. Ministria e aprovoi brenda 6 muajsh dhe në Shtator 2019, 24 nxënës filluan studimet e tyre në drejtimin ‘Teknologji Ushqimore’. Deri tani 7 kompani kanë nënshkruar MM me shkollën ‘Kolin Gjoka’ dhe do të fillojnë të angazhojnë nxënësit si praktikantë. Shkolla ‘Kolin Gjoka’ tashmë duhet t’i tregojë nxënësve, prindërve dhe kompanive që investimi i tyre në këtë iniciativë ia ka vlejtur. Projekti ‘Aftësi për Punë’ vazhdon ta mbështesë në kapërcimin e sfidave dhe përmbushjen me sukses të angazhimeve të marra.

Nisur nga kjo iniciativë e suksesshme, projekti ‘Aftësi për Punë’ po mbështet tashmë rreth 30 ofrues në 4 rajone të Shqipërisë për të organizuar 16 punëtori me kompani të industrive të ndryshme në përpjekje për të vendosur një dialog të strukturuar për zhvillimin e aftësive në nivel lokal. Jo vetëm ofruesit, por edhe kompanitë si edhe palët e tjera të interesuara si zyrat e punësimit, organet e qeverisjes vendore dhe AKAFKP kanë shprehur angazhim serioz.

3.3.4 Sponsorizimi

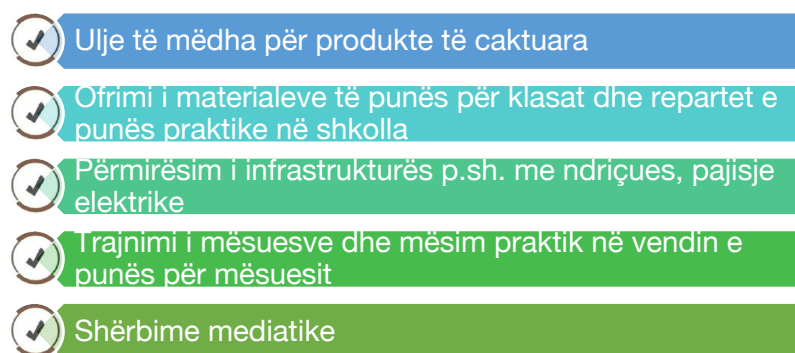
Një fushë tjetër bashkëpunimi mund të jetë sponsorizimi që ofron një biznes për një nevojë ekzistuese të institucionit, apo një nevojë të re që shfaqet.

Sponsorizimi kërkohet tek një biznes i cili ka tashmë një përvojë bashkëpunimi me shkollën pasi mund të tregohet më i gatshëm për të mbështetur edhe financiarisht përmes sponsorizimit.

Sponsorizimi mund të përdoret edhe për të financuar projekte të brendshme të shkollës apo aktivitete të studentëve ndaj kërkohet bashkëpunim me Koordinatorin për hartimin dhe zbatimin e projekteve. Një marrëveshje specifike nevojitet për të detajuar modalitetet e sponsorizimit.⁶

Disa forma të mundshme sponsorizimi janë paraqitur më poshtë.

Figura 9: Forma sponsorizimi të AFP-së nga biznesi



Marrëveshjet e sponsorizimit mes IOAFP-ve dhe bizneseve duhet të jenë në përputhje me parimet, vizionin dhe qëllimet për edukimin publik dhe të sjellin përfitime për edukimin e të gjithë nxënësve dhe mbështetjen e mësuesve. Të gjitha sponsorizimet duhet të mbështesin qëllimet dhe objektivat e shkollës dhe të rrisin efektivitetin e programeve strategjike të shkollës. Ato duhet të përdoren për të përmirësuar programet mësimore dhe të kontribuojnë në mënyrë të drejtpërdrejtë ose jo të drejtpërdrejtë tek cilësia e të nxënësve.⁷

Është e rëndësishme të kuptohen edhe pritshmëritë dhe kërkesat e kompanive në rastin e sponsorizimeve, disa kryesore janë paraqitur më poshtë. Shihni *Shtojca 11 - Dukshmëria dhe promovimi i marrëdhënieve me rrjetin e bizneseve partnere*

Një element me shumë rëndësi është edhe transparenca. Shkollat që marrin mbështetje me anë të sponsorizimit duhet të jenë transparente në lidhje me:

- ⇒ sponsorin apo sponsorët;
- ⇒ afatin kohor të një marrëveshjeje të caktuar të sponsorizimit;
- ⇒ vlerën e sponsorizimit (kur është e aplikueshme, mbështetjen në natyrë);

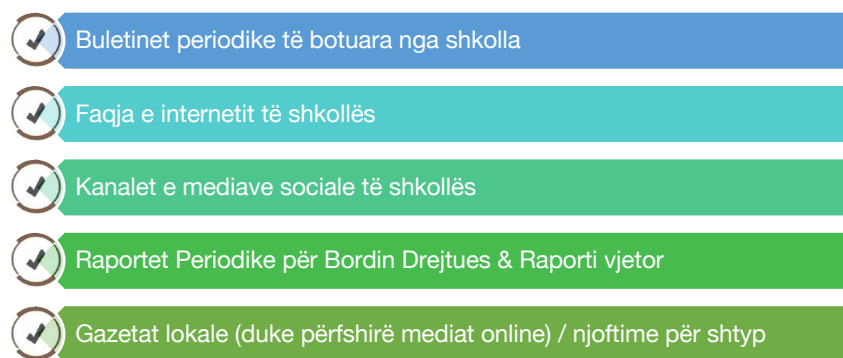
⁶ Për më shumë referojuni udhëzuesit "Sponsorizimi i arsimit profesional: Një alernativë për financimin e shkollave profesionale në Shqipëri", 2017, Projekti "Aftësi për Punë".

⁷ Për më shumë referojuni Udhëzuesit, fq. 16-17.

- ⇒ objektivin e sponsorizimit (fushëveprimin dhe destinacionin e burimeve);
- ⇒ përfitimet që shkolla është zotuar që t'ia ofrojë kompanisë / organizatës që po sponsorizon.

Informacioni duhet të jetë i saktë, i përditësuar dhe i qartë për tu lexuar dhe kuptuar nga të gjithë partnerët e shkollës. Preferohet që informacioni i tillë të sigurohet në momentin kur është nënshkruar marrëveshja e sponsorizimit. Përveç kësaj, informacioni për të gjitha marrëveshjet e sponsorizimit që janë aktive do të publikohen çdo tre muaj.⁸ Disa nga format e rekomanduara për të komunikuar një informacion të tillë janë paraqitur më poshtë.

Figura 10: Forma të komunikimit të informacionit të sponsorizimit të AFP-së nga biznesi

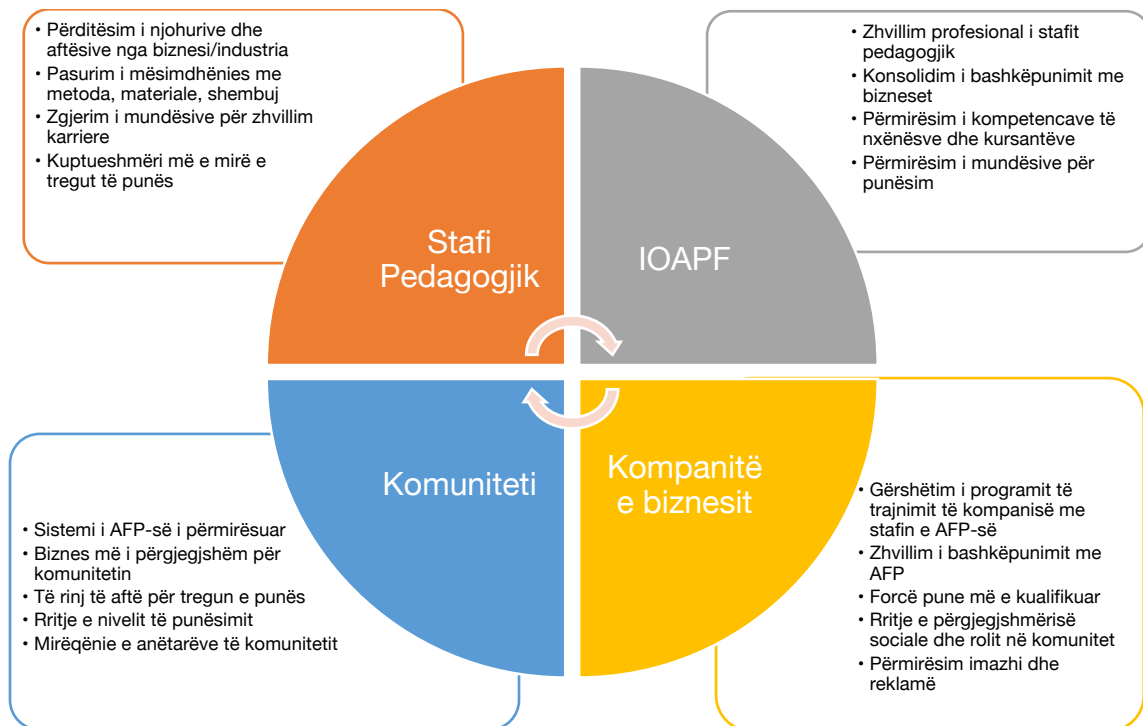


3.3.5 Trajnimi i mësuesve sipas standarteve të industrisë

Trajnimi i mësuesve dhe instruktorëve në biznes / industri është një mënyrë e domosdoshme që ata të jenë të përditësuar me zhvillimet e shpejta teknologjike dhe ekonomike në tregun e punës. Kjo mund të realizohet përmes vizitave në kompani, trajnimit në punë nga kompanitë apo edhe përmes vendosjes në pozicione pune për periudha të caktuara kohore. Kompanitë mund të gërshetojnë trajnimet e tyre për stafin e brendshëm me trajnimet e mësuesve dhe instruktorëve të AFP-së. Kështu, mësuesit dhe instruktorët pasurojnë mësimdhënien e tyre me metoda, materiale dhe shembuj konkret nga biznesi. Si rrjedhojë, përmirësohet zhvillimi i kompetencave të nxënësve dhe kursantëve. Në përfundim vetë kompanitë janë përfituese pasi do të kenë mundësi të punësojnë të diplomuar të mirë trajnuar dhe të përgatitur.

⁸ Sipas Udhëzuesit "Sponsorizimi i arsimit profesional: Një alternativë për financimin e shkollave profesionale në Shqipëri", 2017, Projekti "Aftësi për Punë". fq.21-22.

Figura 11: Përfitimet nga bashkëpunimi për trajnimin e stafit pedagogjik & bashkëpunimi në tërësi me biznesin



Kjo fushë bashkëpunimi mundëson që mësuesit, instruktorët apo anëtarë të tjerë të stafit të mund të trajnohen nga përfaqësues të biznesit brenda apo jashtë mjediseve të tij lidhur me kërkesat e reja që ka një sektor apo industri e caktuar. Duke ditur nevojat e stafit të institucionit për trajnime nga përfaqësues të industrive të caktuara, Koordinatorin përzgjedh nga databaza ato biznese të cilat mund ta ofrojnë këtë gjë. Në raste të tjera janë mësuesit ata që identifikojnë nevojat e tyre për zhvillim profesional dhe kërkojnë mundësi për të përditësuar njohuritë e tyre. Koordinatorin duhet të kuptojë këto kërkesa dhe të identifikojë bizneset që mund ta ofrojnë. Për më tepër, rishikimi dhe rifreskimi i kurrikulës sjell natyrshëm nevojën për rifreskim apo përmirësim të njohurive të mësuesve përmes trajnimeve në biznes. Edhe në këtë rast, mund të jenë biznese të cilat janë tashmë në bashkëpunim me IOAFP-në.

Më poshtë paraqiten dy raste suksesi sa i takon bashkëpunimit mes AFP-së dhe biznesit për trajnimin e mësuesve apo instruktorëve sipas standardit të industrisë.

Kutia 11: Trajnimi i mësuesve për shtëpinë inteligjente, shkolla "Gjergj Canco", Tiranë

Rast suksesi

Në vitin 2019, projekti 'Aftësi për Punë' ndihmoi shkollën teknike "Gjergj Canco" në Tiranë që të bashkëpunonte me Smart Home Europe/Smart Albania për të zhvilluar një modul me zgjedhje për instalimin e sistemeve të shtëpisë inteligjente (Smart Home). Programi i modulit u zhvillua me specialitetin e kompanisë si edhe mësuesit në një punëtori të përbashkët. 12 mësues u trajnuan për këtë modul. Materialet mësimore u përgatitën nga kompania dhe më pas u përshtatën nga mësuesit. Kjo ishte pjesë e skemës së sponsorizimit të kompanisë për shkollën, pra u realizuan pa kosto për shkollën. Ndërkohë projekti 'Aftësi për Punë' financoi ngritjen e një laboratorit për Shtëpi Inteligjente në shkollë me 13 vende pune. Shtëpia Inteligjente do të ofrohet si modul me zgjedhje në vitin akademik 2020-2021 në shkollën teknike "Gjergj Canco".

Rast suksesi

12 shkolla profesionale ofrojnë drejtimin “Ekonomi-Biznes” dhe 6 prej tyre janë partner të projektit “Aftësi për punë”. Kontabiliteti është një nga 5 profilet e këtij drejtimi dhe 4 nga partnerët e projektit e ofrojnë në vitin akademik 2019-2020. Ndërkohë që dy shkollat e tjera e kanë ofruar në të kaluarën.

Nga raporti i gjurmimit të të diplomuarve rezultoi se shumë prej tyre me këtë profil ose po vazhdonin universitetin ose ishin të papunë. Konsultimi me kompanitë në këto rajone tregoi se kompanitë e kishin më të volitshme të punësonin të diplomuar nga universiteti sesa shkollat profesionale sepse ata kishin një kuptim më të përgjithshëm të botës së punës dhe sepse as të diplomuarit e shkollave profesionale dhe as të universiteteve nuk i njihnin detyrat konkrete të punës.

Shkollat partnere e ofronin Kontabilitetin ende me materiale të bazuar në ‘laps e letër’. Nxënësve u kërkohej të plotësonin me dorë informacionet e nevojshme në fletë bilanci. Një pjesë e mirë e kohës harxhohej me detyra përsëritëse dhe pa vlerë të shtuar si përgatitja e fletëve të bilancit – vizatimi i linjave, shkrimi i titujve të kategorive dhe vendosja e numrave. Shumë pak mbetej për përvojën e vërtetë praktike të kontabilitetit. Megjithatë kur shkonin për të bërë praktikën ose për të aplikuar për punë, nxënësve iu kërkohet të punojnë me software të thjeshtë të financës. Ky ishte një hendek shumë i madh, pavarësisht investimeve të projektit në laboratorë me kompjutera në shkolla.

Projekti kontaktoi kompanitë që ofrojnë programe (software) për kontabilitetin dhe financën me qëllim lidhjen e bashkëpunimit me shkollat për trajnimin e mësuesve. Instituti i Modelimit të Biznesit (IMB) iu bashkua S4J për të dizenuar një modul trajnimi të trajnerëve për programin AlphaWeb për mësuesit e kontabilitetit dhe module të lidhura me të. AlphaWeb përbën rreth 30% të tregut dhe përdoret si nga kompani të mëdha edhe nga sipërmarrjet e vogla e të mesme. AlphaWeb i shërben 1000 kompanive në Shqipëri, tashmë të gatshme për të marrë praktikantë apo punonjës të ardhshëm nga shkollat profesionale.

50 mësues u trajnuan nga IMB nga 6 shkolla partnere të projektit. Me një tarifë të reduktuar, shkollat mund ta përdorin software-in për qëllime mësimore. Në vitin akademik 2020-2021, ky program do të zëvendësojë plotësisht punën me laps e letër për kontabilitetin.

Ndonjë fushë tjetër bashkëpunimi e cila nuk është parashikuar nga institucioni dhe nuk e ka koordinatori në shportën e vet kur i qaset biznesit, mund të shfaqet si mundësi gjatë bisedave dhe diskutimeve me biznesin ose duke u propozuar prej këtij të fundit, ose mund të lindë si ide gjatë fazës së negociimit mes dy palëve.

Mbaj një mendje të hapur për fusha të tjera bashkëpunimi që mund të lindin gjatë takimeve apo negociimit. Interesohu për shembuj e praktika të mira në sektor apo përmes komunikimit me ofrues të tjerë.

Në kapitullin më poshtë do të ndalemi konkretisht tek hapat e procesit të krijimit, menaxhimit dhe zgjerimit të marrëdhënies me bizneset.

4. Menaxhimi i Marrëdhënieve me Biznesin

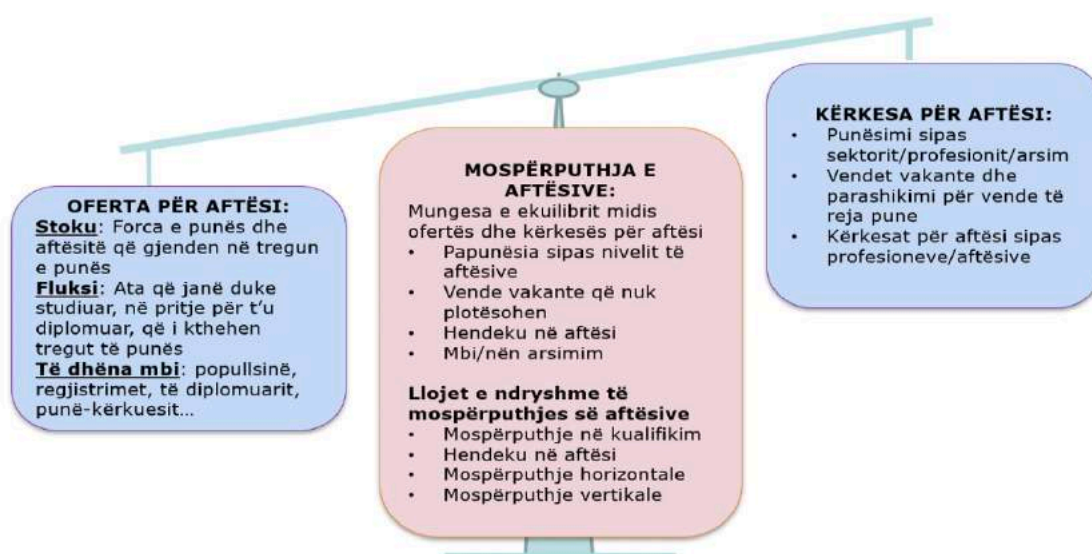
4.1 Analiza e kontekstit ekonomik lokal dhe kombëtar

Në mënyrë që institucionet e AFP-së të përgatisin të diplomuar lehtësisht të punësueshëm duhet që oferta e tyre të jetë e orientuar në drejtim të nevojave të sektorit privat. Në këtë kontekst është shumë e rëndësishme që IOAFP-të të vlerësojnë nevojat aktuale dhe të ardhshme për aftësi të bizneseve që veprojnë në nivel lokal, rajonal apo në shkallë vendi. Ky hap është i domosdoshëm të kryhet para se të ndërmerren hapat e tjerë, në mënyrë që Koordinatori të jetë efiçent në punën e tij, duke u fokusuar në krijimin e marrëdhënieve me ato biznese që operojnë në sektorët me interes⁹ për shkollën.

Vlerësimi i nevojave për aftësi duhet të kryhet nëpërmjet forumeve apo platformave të strukturuar, ku bizneset janë pjesëmarrës aktivë. Këtu mund t'i referoheni modelit të tryezave vendore të dialogut të strukturuar të projektit "Aftësi për Punë". Tryezat vendore të dialogut për zhvillimin e aftësive përfaqësojnë epiqendrën e platformave në nivel rajonal. Rezultatet e tyre të pritshme:

- ⇒ Vlerësim i relevancës aktuale të ofertës rajonale/orientimit sipas kërkesave të tregut të punës;
- ⇒ Identifikimi i hendekut të aftësive në profile profesioni dhe sasi (aftësitë që mungojnë) sipas industrive të caktuara;
- ⇒ Vlerësimi i gatishmërisë së kompanive në rajon për tu angazhuar në ofrimin e ofertës.¹⁰

Figura 12: Kuadri konceptual i tryezave vendore të dialogut të strukturuar



Krahas tryezave vendore të dialogut të strukturuar, ky vlerësim duhet të mbështetet në analizat e dala nga hulumtimet për tregun e punës.

⁹ Me sektorë me interes për shkollën nënkuptohen sektorët, ku shkolla ofron drejtime mësimore aktualisht, apo ka potencial për të ofruar në të ardhmen.

¹⁰ Për më shumë referojuni Dokumentit: Guidë metodologjike për tryezat vendore të dialogut të strukturuar për zhvillimin e aftësive, 2019, Projekti "Aftësi për Punë".

Figura 13: Burimet e informacionit për analizën e nevojave për aftësi

➔ **Burimet kryesore:**

- Punëtori periodike me bizneset lokale;
- Studimi gjurmues - rezultatet e studimit gjurmues të vetë shkollës; raportet e studimeve gjurmuese të publikuara nga OJF të ndryshme;
- Studimet periodike 'Analiza e Nevojave për Aftësi' (të aksesueshme në faqen e Shërbimit Kombëtar të Punësimit (SHKP) nëpërmjet linkut: shkp.gov.al/publikime-shkp/).

➔ **Burime të tjera:**

- Platformat lokale / rajonale / kombëtare të dialogut: Panairi i Industrisë, Panairët e Punës, konferencat apo eventet e organizuara nga partnerë të tjerë, etj.;
- Publikimet e ministrisë së linjës dhe AKAFPK - strategjia, rekomandimet, raportet;
- SHKP: Raportet vjetore, publikimet, raportet statistikore të INSTAT;
- Zyra Vendore e Punësimit - Statistikat mbi vendet e lira të punës.

I gjithë informacioni i mbledhur nga burimet e lartpërmendura duhet të analizohet dhe të interpretohet nga IOAFP-të. Ky proces duhet të finalizohet deri në muajin janar për vitin pasues akademik. Për përdorim të brendshëm duhet të përgatitet edhe një raport në lidhje me këtë proces.

Ky raport duhet të shërbejë për procesin e vendimmarrjes për:

- ⇒ Identifikimin e drejtimeve/ profileve/ moduleve që duhet të ofrohen nga shkollat për të përmbushur nevojat e tregut të punës.
- ⇒ Parashikimin e vendeve për praktika profesionale në biznes për vitin tjetër akademik.
- ⇒ Përcaktimin e numrit të regjistrimeve të reja për çdo drejtim/ profil.
- ⇒ Përditësimin dhe zhvillimin e kapaciteteve të stafit të shkollave.
- ⇒ Krijimin dhe zgjerimin e rrjetit të biznesit sipas fushave të bashkëpunimit.

Ky hap kontribuon për palët e interesuara si në vijim:

- Për IOAFP-të.** Ofruesit u përgjigjen nevojave reale për aftësi në tregun e punës dhe bëhen më konkurrues.
- Për nxënësit.** Nxënësit kanë kualifikimet e duhura dhe për pasojë janë më lehtësisht të integrueshëm në tregun e punës.
- Për bizneset.** Kompanitë janë më të plotësuara me punonjës sipas nevojave të tyre.

Për të lehtësuar procesin e ndërtimit të marrëdhënieve me biznesin, është paraqitur më poshtë në formën e një skeme për krijimin, zgjerimin dhe mbarëvajtjen e marrëdhënieve dhe partneriteteve të bashkëpunimit mes IOAFP-ve dhe bizneseve. Çdo seksion më poshtë shpjegon hapat përkatës që sugjerohen të ndiqen nga Koordinatori / IOAFP-ja.

Figura 14: Skema e menaxhimit të marrëdhënieve me biznesin



4.2 Identifikimi i bizneseve lokale potenciale

Ofruesi i AFP-së duhet të ketë informacion të plotë për bizneset që veprojnë në rajon. Ky informacion është i vlefshëm për të kuptuar zhvillimet në sektorë të ndryshëm, të cilave duhet t'i përgjigjet me një ofertë relevante.

4.2.1 Skanimi i bizneseve

Për të krijuar rrjetin e bizneseve, fillimisht nevojitet një skanim i sektorit privat lokal. Procesi i skanimit ndihmon në ndërtimin e një baze të dhënash me informacion rreth bizneseve që veprojnë në rajon, në secilin sektor.



Baza e të dhënave duhet të përmbajë (të paktën) informacionin e mëposhtëm për bizneset:

- ⇒ Industria
- ⇒ Vendndodhja/ Afërsia

- ⇒ Aktiviteti kryesor
- ⇒ Numri i punonjësve
- ⇒ Kontaktet
- ⇒ Vitet në biznes
- ⇒ Qëndrueshmëria e Biznesit

Më poshtë vijojnë disa burime të sugjeruara informacioni për bizneset.

Kutia 13: Burimet e informacionit për bizneset lokale

- ❖ **Drejtoria Rajonale e Tatimeve** – duke kërkuar listën e bizneseve që veprojnë në rajon.
- ❖ **Zyra Vendore e Punësimit** – duke kërkuar listën e bizneseve të regjistruara pranë kësaj zyre.
- ❖ **Qendra Kombëtare e Bizneseve (QKB)** – duke aksesuar faqen zyrtare të QKB. Për të marrë të dhëna më të detajuara për bizneset lokale (përfshirë të dhënat e kontaktit) duhet shkarkuar ekstrakti i biznesit (*Shih [Shtojcën nr. 6](#)*).
- ❖ **Dhoma e Tregtisë** – duke kërkuar listën e bizneseve që veprojnë në një sektor të caktuar, të regjistruara pranë këtij institucioni.
- ❖ **Puna në terren** – Duke vizituar bizneset që ndodhen relativisht afër shkollës e duke i kërkuar të dhënat e sipërpërmendura.
- ❖ **Njohjet personale**

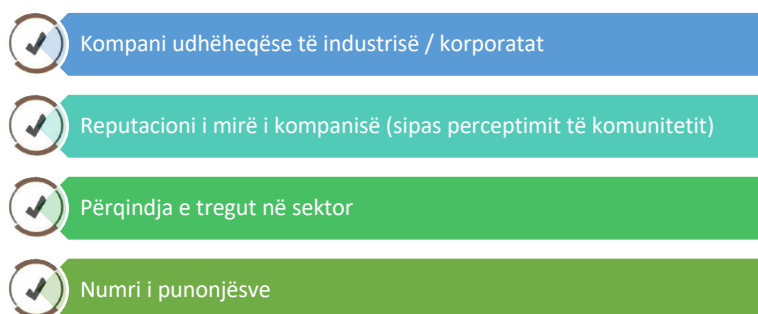
4.2.2 Renditja e bizneseve

Pas ndërtimit të bazës së të dhënave nevojitet të bëhet një renditje e bizneseve sipas dy kriterëve kyçe:

1. përputhjes së sektorit ku operojnë me ofertën e shkollës;
2. potencialit të ofrimit të mundësive të mira të punësimit.

Fillimisht bëhet përzgjedhja e bizneseve sipas kriterit të parë. Synimi është që shumica e këtyre bizneseve të kthehen në partnerë aktivë të shkollës. Pas përzgjedhjes fillestare sugjerohet që bizneset të renditen sipas kriterit të dytë. Kjo renditje sugjerohet të bëhet për të përcaktuar bizneset që duhet të kontaktohen të parat (pra, ato që renditen më lart në databazë). Për të kuptuar më mirë kriterin e dytë duhen konsideruar faktorët/karakteristikat e mëposhtme.

Figura 15: Karakteristikat e biznesit me potencial për ofrimin e mundësive të mira për punësim



Pra, bizneset që janë udhëheqëse të industrisë ku operojnë, kanë reputacion më të mirë, përqindje më të lartë të tregut dhe numër më të madh punonjësish, kanë probabilitet më të lartë për të ofruar mundësi më të mira punësimi.

Sa herë që ofruesi i AFP-së ndërmerr rishikimin e ofertës sipas nevojave të tregut të punës, bazuar në vlerësimin e nevojave për aftësi (Hapi 4.1.1), bizneset përkatëse përzgjidhen nga baza e të dhënave duke ndjekur të njëjtat kritere për renditjen. Këto biznese luajnë rol vendimtar për ofruesin për të pasuruar ofertën dhe për t'iu përgjigjur nevojave të përmirësuara të tregut të punës.

Kutia 14: Shembull për identifikimin e bizneseve nga projekti 'Aftësi për Punë'

Proçesi

Në përgjithësi, identifikimi i bizneseve është bërë duke përdorur disa burime. Është përdorur fillimisht, në vitin 2016, databaza e bizneseve sipas rajoneve e ndërtuar nga skuadra e projektit tjetër të Swisscontact, *Coaching for Employment and Entrepreneurship (C4EE)*. Gjithashtu janë përdorur njohjet personale të skuadrës së projektit S4J.

Është punuar me rajonin e Lezhës dhe të Vlorës njëkohësisht. Janë organizuar vizita në terren duke përdorur kontaktet personale. Në rajonin e Lezhës dhe të Vlorës, databaza e bizneseve është pasuruar me kontakte të reja të cilat janë siguruar nga biznese më të hapura për të nisur një bashkëpunim me projektin S4J. Më pas, me përfshirjen e drejtorëve dhe mësuesve të shkollës Kolin Gjoka dhe Tregtare janë përdorur edhe kontaktet e tyre personale për identifikimin e bizneseve potenciale.

Në çdo shkollë partnere u vijua me ndërtimin e një databaze sipas një formati të caktuar të zhvilluar nga projekti për të gjitha bizneset e identifikuar (Shtojca 2).

Reflektime mbi procesin

Procesi i identifikimit të bizneseve potenciale në rajone të tilla të vogla nuk ka qenë i vështirë, duke qenë se njohjet personale me komunitetin e biznesit janë mëse të zakonshme. Në komunitete të tilla, bizneset janë më të hapura dhe të gatshme për të ndihmuar në identifikimin/kontaktimin e bizneseve të tjera që operojnë në të njëjtin sektor. Drejtuesit dhe stafi i IOAFP-ve kanë qenë të gatshëm të vendosin në dispozicion njohjet e tyre personale.

Rekomandime

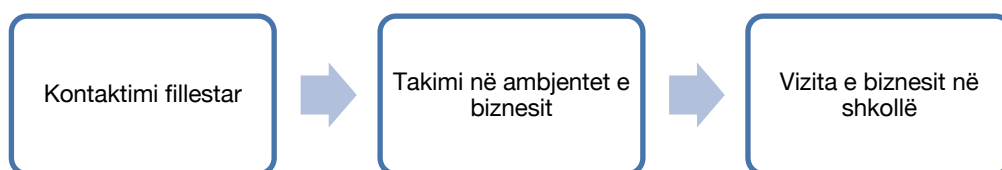
- Përsa i përket analizës së nevojave për aftësi, duhet pasur parasysh që kërkesa e tregut të punës mund të jetë e ndryshme ose më e gjerë nga oferta aktuale e institucioneve AFP të rajonit. Ndaj, IOAFP-të nuk duhet të kufizohen në identifikimin e bizneseve që operojnë në sektorë që përputhen me ofertën e tyre, por të kuptojnë nevojën e tregut edhe në sektorë të tjerë të industrisë, për të krijuar ofertat e reja ose për të përditësuar ofertat aktuale.
- Për të shmangur të qenurit subjektiv në përzgjedhjen e partnerëve të biznesit duhen përdorur burime të tjera informacioni për identifikimin e bizneseve partnere, të cilat mund të aksesohen lehtësisht. Kjo do të siguronte një informacion më të besueshëm dhe analitik nga pikëpamja cilësore.

4.3 Afrimi me bizneset partnere potenciale

Kompanitë që renditen sipas kriterëve të sugjeruara duhet të afrohen duke përdorur hapat e mëposhtëm.

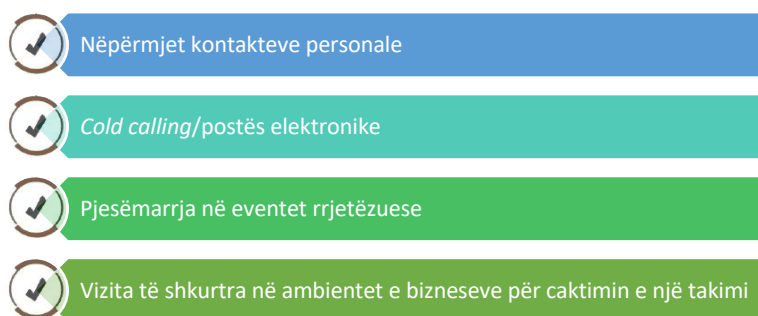
4.3.1 Kontaktimi fillestar

Është shumë e rëndësishme që të identifikohen të gjitha mënyrat / mjetet e mundshme për vendosjen e kontaktit të parë me bizneset e synuara.



Ky hap shërben për të lënë një takim me qëllim prezantimin e IoAFP-së dhe mënyrave të mundshme të bashkëpunimit. Disa nga mënyrat e vendosjes së kontaktit fillestar janë si më poshtë.

Figura 16: Mënyrat e vendosjes së kontaktit fillestar



Në këtë moment, Koordinator i vendos në dispozicion përfaqësuesit të biznesit edhe materiale prezantuese të institucionit, si p.sh: kartëvizita të Koordinatorit apo drejtuesit të institucionit, broshura informuese rreth institucionit, etj.

Këshillë

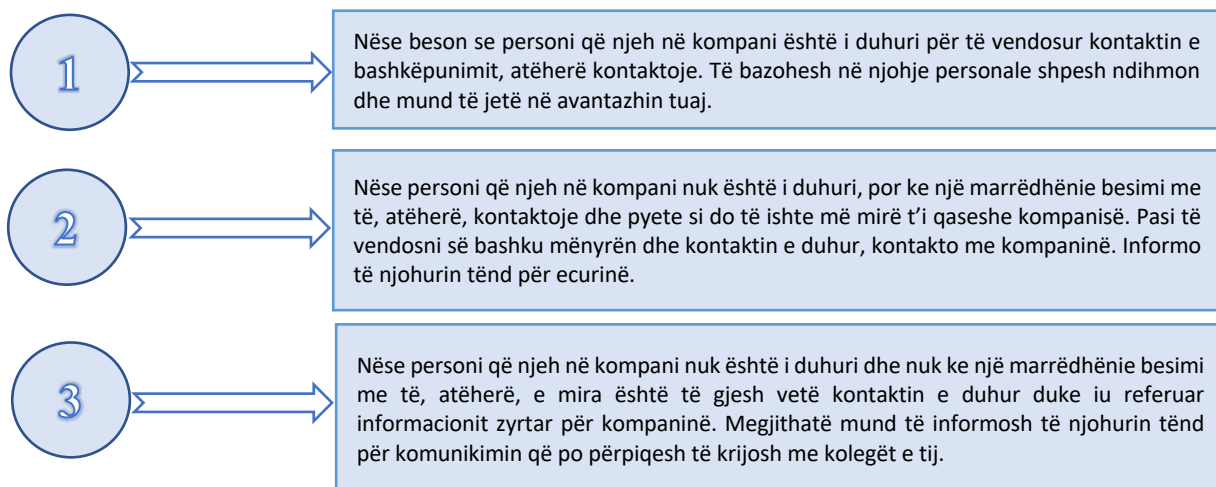
Kompanitë veprojnë mbi bazën e një strukturë organizative. Kjo nënkupton:

- ▷ një hierarki të caktuar
- ▷ marrëdhënie varësie mes stafit dhe drejtuesve
- ▷ procedura pune të caktuara dhe linja komunikimi specifike.

Prandaj, është e këshillueshme të respektoni dhe të ndiqni strukturën organizative dhe hierarkinë e kompanisë me të cilën kërkon të vendosni bashkëpunim duke ruajtur standardet profesionale dhe formale.

Më poshtë, paraqiten disa këshilla sesi të veproni kur keni një kontakt të njohur personal në një kompani për të vendosur bashkëpunim zyrtar mes kompanisë dhe IOAFP-së suaj.

Figura 17: Kontakti fillestar me kompaninë



Pas vendosjes së kontaktit të parë, vjen takimi i parë në mjediset e biznesit.

4.3.2 Takimi i parë në ambientin e biznesit

Qëllimi i takimit të parë është marrja e sa më shumë informacioneve rreth biznesit dhe gatishmërisë së tij për një bashkëpunim të mundshëm. Gjithashtu, një qëllim tjetër i takimit të parë është zgjimi i interesit të biznesit për të patur një takim të dytë më të gjatë, ku të diskutohen në terma konkretë mënyrat e bashkëpunimit.

Gjatë këtij takimi, përfaqësuesi i shkollës duhet të komunikojë atributet e institucionit dhe të promovojë zhvillimet në AFP. Ai duhet të jetë fleksibël në ndarjen e informacionit, në varësi të gatishmërisë që biznesi tregon gjatë takimit dhe të njohurive që ka për IOAFP.

Këshillë

Besimi është thelbësor për të krijuar një marrëdhënie të suksesshme. Përpiqu të njohësh dhe kuptosh bashkëbiseduesin tënd në anën e biznesit. Kjo ndihmon në krijimin e besimit.

Ji realist në pritshmëritë për bashkëpunimin – qëndro me këmbë në tokë dhe njih mirë institucionin tënd: çfarë mund të ofroni?

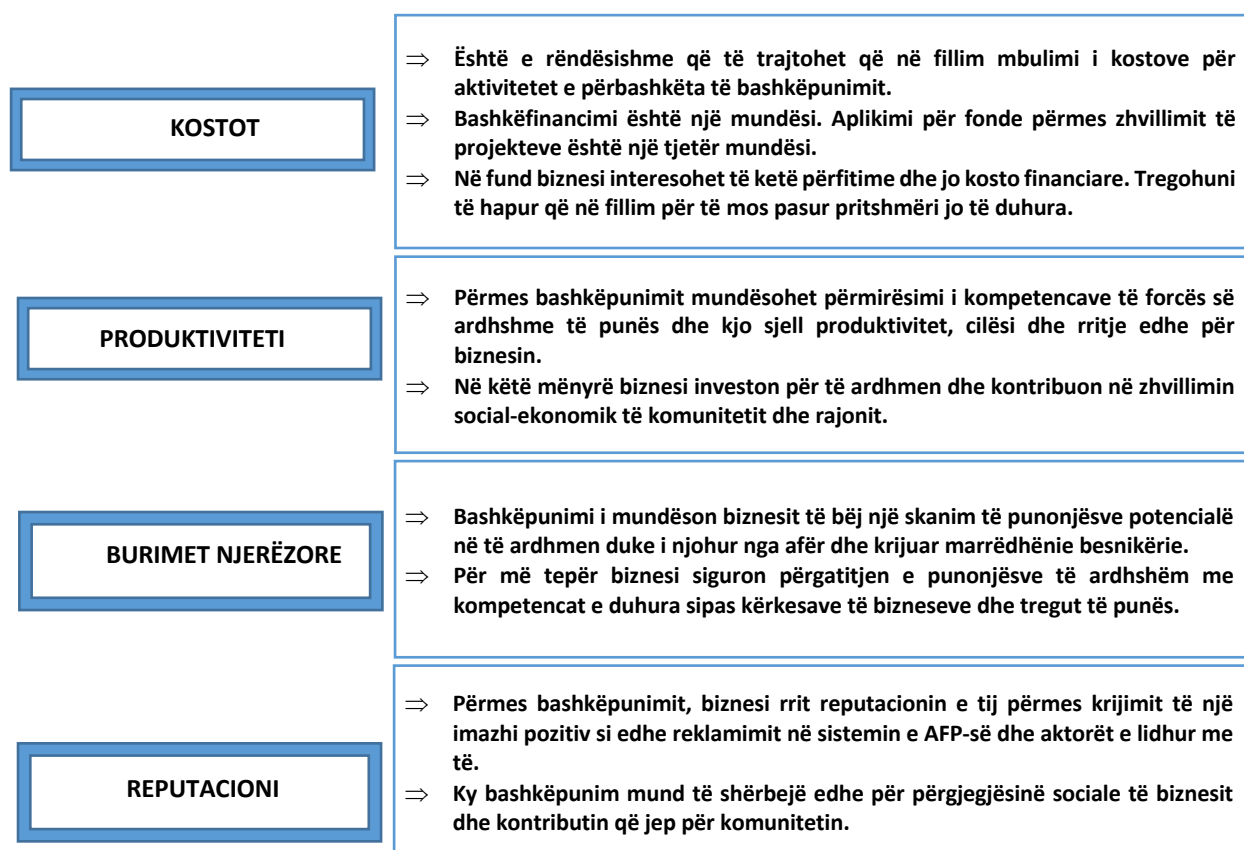
Koordinatori mund të ndajë informacion më të thelluar për institucionin, duke përdorur mjete ndihmëse si: broshura me të dhëna mbi drejtimet/profilet e ofruara, numrin e nxënësve, bizneset bashkëpunuese, stafin/bordin e shkollës, ambientet dhe investimet në shkollë, arritjet në konkurse,

pjesëmarrjet në aktivitete, etj. Ai mund të përdorë edhe prezantime në powerpoint apo prezantimin e website dhe profileve në mediat sociale të institucionit.

Këshillë

Ju duhet të jeni të ndërgjegjshëm që me shumë gjasë kompanitë e biznesit kanë një tjetër mendësi nga e juaja dhe të tjerë objektiva. Prandaj, kur krijoni marrëdhënie me bizneset, përpuni t'i përgjigjeni pyetjes: Çfarë përfitojnë bizneset nga ky bashkëpunim? Kështu do të mund të ndërtoni disa argumente bindës që do ju vlejnjë gjatë negociimit të marrëdhënies. Gjithashtu përpuni të identifikoni qëllime të përbashkëta përpara se të shkoni në takim dhe të përgatiteni shumë mirë për takimin. Ju duhet të tregoni profesionalizëm, seriozitet dhe përkushtim nëse doni të ndërtoni marrëdhënie të suksesshme e të besuara.

Figura 18: Paraqitja e argumenteve bindëse për biznesin: Pse duhet të bashkëpunojë me ju?



4.3.3 Vizita e biznesit në ambientet e shkollës

Gjatë kontaktit të parë (*hapi 4.2.1*) apo gjatë takimit të parë (*hapi 4.2.2*), biznesi mund të shprehë gatishmërinë për të vizituar ambientet e shkollës. Edhe në rastet kur kjo gatishmëri nuk shprehet në mënyrë të dukshme, biznesit i bëhet ftesa për të vizituar ambientet e shkollës.

Këshillë

Rekomandohet që Koordinatorin dhe Drejtuesin e institucionit të jenë prezentë gjatë vizitës dhe mundësisht të jenë ata personat që do të shoqërojnë përfaqësuesin e biznesit, duke i treguar nga afër ambientet e shkollës. Vizita mund të vijojë me një prezantim më të detajuar të mënyrave të ndryshme të bashkëpunimit, me anë të formave të ndryshme të komunikimit, si p.sh.: prezantim në powerpoint, video, materiale të printuara, raste studimore, shembuj konkret gjatë zhvillimit të një aktiviteti, etj.

Njohja nga afër e institucionit, e stafit dhe e nxënësve është shumë e rëndësishme që biznesi të krijojë besueshmëri tek institucioni dhe të ndërtohen ura bashkëpunimi solide. Në raste të caktuara mund të jetë e nevojshme të zhvillohen takime të tjera për të ushqyer më tej interesin e biznesit për të bashkëpunuar me shkollën.

Kutia 15: Shembull për afrimin me biznesin nga projekti 'Aftësi për Punë'

Procesi

Pas identifikimit të bizneseve është përdorur strategjia një nga një (*one-to-one*), për t'iu qasur atyre. Kjo nënkupton kontaktimin një nga një të bizneseve, me një nga mënyrat e përmendura më sipër. Më konkretisht, në rajonet e Lezhës, Vlorës dhe Beratit, kontaktimi është kryer kryesisht me anë të kontakteve personale, telefonatave dhe vizitave derë më derë. Në rastin e Shkodrës është bërë kryesisht me njohje personale. Më pas është vijuar me takime të zhvilluara në ambientet e biznesit ose të shkollës, ose jashtë tyre. Nga ana tjetër, në Tiranë, bizneset janë kontaktuar kryesisht me anë të email-eve, gjatë eventeve rrjetëzuese dhe pjesëmarrjes në aktivitete të përbashkëta.

Në pak raste, takimet janë organizuar gjatë pjesëmarrjes në aktivitete të përbashkëta. I tillë ka qënë organizimi i workshop-it të parë rajonal me bizneset e identifikuar, që u zhvillua në Vlorë. Në këtë takim u prezantua dhe u validua koncepti i S4J për Marrëdhëniet me Biznesin. Ky konsiderohet hapi i parë për fillimin e marrëdhënieve shkollë-biznes, në rajonin e Vlorës.

Reflektime mbi procesin

Strategjia *one-to-one* ka rezultuar se funksionon. Dhomat e tregtisë apo shoqatat e ndryshme të biznesit luajnë një rol domethënës në politikëbërje, në ndërmarrjen e iniciativave, në promovimin e tyre apo në zgjerimin e rrjeteve të biznesit. Megjithatë, kur sapo fillohet të ndërtohet rrjeti, qasja një nga një është më efektive, sepse mundëson njohjen me nevojat specifike të secilit biznes, përkthimin më shpejtë të këtyre të fundit në ofertë, si edhe krijimin e marrëdhënieve më të qëndrueshme me sektorin privat. Aplikimi i kësaj lloji qasjeje në institucionet partnere të S4J ka cuar lehtësisht në hapat pasues të procesit.

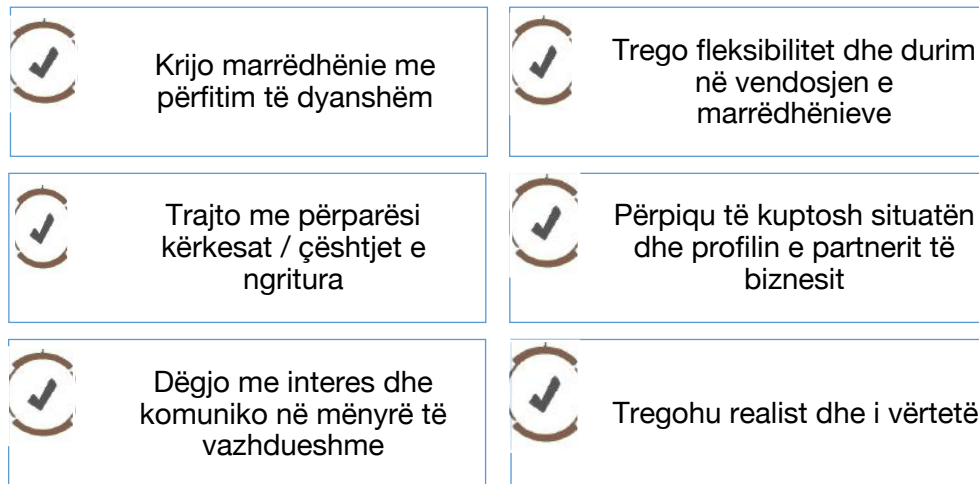
Rekomandime

- Sugjerohet të vazhdohet të përdoret qasja one-to-one për afrimin e bizneseve me shkollën. Vizitat e bizneseve në ambientet e tyre u tregojnë interesin e lartë që IOAFP kanë për të bashkëpunuar me ta.
- Gjithashtu, sugjerohet bashkëpunimi me dhomat e tregtisë dhe industrisë apo me shoqatat e biznesit për qasjen e bizneseve me shtrirje kombëtare.

→ Si të ndërtojme besim që nxis bashkëpunimin? ←

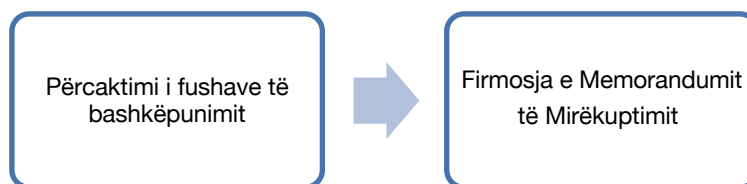
Ndërtimi i besimit mes bizneseve dhe AFP-së është gur themeli për të krijuar marrëdhënie e për të pasur bashkëpunim të suksesshëm. Ky besim ndërtohet dhe përforcohet hap pas hapi në përvojën konkrete të bashkëpunimit. Në mënyrë që të ndërtohet besimi, duhen krijuar mundësi për bashkëpunim dhe për përvoja të përbashkëta mes bizneseve dhe IOAFP-ve.

Figura 19: Ndërtimi i besimit me bizneset partnere



4.4 Shqyrtimi i mundësive për bashkëpunim

Në momentin që biznesi është i gatshëm për të shqyrtuar mundësitë e bashkëpunimit, nis hapi i negociimit. Ky është hapi më vendimtar për të siguruar një bashkëpunim të ngushtë me sektorin privat. Aftësitë e Koordinatorit që kanë të bëjnë me promovimin dhe shitjen, duhen aplikuar maksimalisht në këtë fazë.



Gjithashtu e rëndësishme është edhe të mbahet parasysh që gjatë negociimit, Koordinatori duhet të jetë sa më transparent dhe realist dhe të informojë biznesin për fushat e bashkëpunimit duke pasur si qëllim një partneritet të qëndrueshëm dhe afatgjatë me biznesin dhe të sjellë sa më shumë mundësi për IOAFP-në.

4.4.1 Përcaktimi i fushave të bashkëpunimit

Gjatë këtij procesi, Koordinatori duhet t'i japë biznesit një informacion më të detajuar të mundësive të bashkëpunimit dhe zgjidhje të mundshme për nevojat e biznesit. Mënyrat e bashkëpunimit janë shpjeguar paraprakisht në seksionin më lart.

Këshillë

Ju keni gjithmonë mundësinë për t'i bërë gjërat ndryshe dhe për t'i bërë mirë. Mos lejoni rutinat e zakonshme ditore t'ju pengojnë nga eksplorimi i mundësive të reja për të krijuar dhe zgjeruar rrjetin e bizneseve. Ka nevojë këtu edhe për pak krijimtari dhe mendim 'out of the box'. Nuk është e thënë që të gjitha idetë duhet t'i keni ju si Koordinator i Marrëdhënieve me Biznesin, por ju duhet të krijoni praktika dhe linja komunikimi të tilla që t'ju lejojnë të gjeneroni ide përmes të tjerëve: kolegëve, stafit, nxënësve, prindërve, aktorëve të tjerë dhe vetë bizneseve. Për këtë duhet vullnet dhe organizim i punës që të lejoj përmeshjen e detyrave dhe eksplorimin e mundësive të reja.

Sugjerohet që shkolla të mundohet të arrijë të bindë biznesin të hyjë në bashkëpunim në më shumë se një nga format e bashkëpunimit. Në këtë mënyrë, shkolla kupton se cilat biznese janë bashkëpunëtorë strategjikë, të cilët përmeshin disa nevoja lidhur me zhvillimin e institucionit AFP për një periudhë më të gjatë kohe. Bizneset ambasadore shkojnë përtej këtyre mënyrave të bashkëpunimit, deri në promovim dhe zgjerim të rrjetit të bashkëpunëtorëve.

Shkolla duhet të ketë parasysh që marrëdhënia e vendosur duhet të jetë një marrëveshje fito-fito (win-win). Nëse biznesi propozon një mënyrë tjetër bashkëpunimi apo me specifika të cilat nuk janë përfshirë në seksionin 2.4, shkolla duhet t'i marrë në konsideratë, t'i analizojë dhe të jetë e gatshme për të adaptuar kërkesën e biznesit, në përfitim të të dyja palëve.

4.4.2 Firmosja e Memorandumit të Mirëkuptimit

Nënshkrimi i Marrëveshjes së Mirëkuptimit është hapi final, i cili vendos në mënyrë përfundimtare gatishmërinë e biznesit për të bashkëpunuar me shkollën. Format i MM¹¹ përmban:

- Kushtet paraprake të marrëveshjes;
- Kuadrin ligjor dhe rregullator të marrëdhënies;
- Format e ndryshme të bashkëpunimit;
- Konfidencialitetin për përdorimin e të dhënave personale;
- Pika të tjera sipas marrëveshjes paraprake.

¹¹ Shih [Shtojcën Nr. 1](#)

Në takimet e shumta me qëllim prezantimin e mundësive të bashkëpunimit, negociatat kanë qenë fillimisht mbi ofrimin nga ana e bizneseve të SGZH, në të gjitha shkollat partnere të projektit. Kështu, biznese që operonin në nivel lokal dhe kombëtar kanë rënë dakord të ofrojnë orë të hapura në shkolla, duke u fokusuar në tematikën e rëndësisë së aftësive të fuqisë punëtore për sektorin privat. Gjithashtu, bizneset hapën dyert e tyre për vizita të studentëve dhe të stafit të shkollës në ambientet e biznesit, për të parë nga afër dhe për tu njohur me funksionet e biznesit dhe aftësitë përkatëse të kërkuara.

Në fillim të vitit 2017, bizneseve lokale iu propozua të bashkëpunonin për ofrimin e praktikave profesionale. Që nga ai moment, kjo ka qënë kryesisht arsyeja e qasjes së shkollave ndaj bizneseve të rajonit. Objektiva të tjera dytësore kanë qënë: ofrimi i trajnimeve të mësuesve, sponsorizimi, inputi në zhvillimin e kurrikulave ekzistuese dhe ndërtimin e kurrikulave të reja. S4J formalizoi mënyrën e bashkëpunimit me anë të MM dhe zhvillimit të instrumentave të ndryshme mbështetëse, kryesisht për zhvillimin e praktikave profesionale.

Rekomandime

- ⇒ Duhet zhvilluar takime të shumta për të arritur objektivat e sipërpërmendur. Biznese të ndryshme mund të jenë të hapura për opsione të ndryshme bashkëpunimi. Gjithashtu, edhe institucioni duhet të ketë analizuar paraprakisht karakteristikat e biznesit dhe të shkojë në bisedën e negocimit me ide të qarta për interesin dhe llojin e bashkëpunimit që synon me të.
- ⇒ Koordinatori duhet të ngulmojë për të përmbyllur negociatën dhe të finalizojë bisedat me propozimin e nënshkrimit të MM. Distanca në kohë midis takimeve dhe bisedave duhet të jetë sa më e shkurtër. Në këtë kontekst, duhet gjithsesi që institucioni të jetë i hapur për t'iu përshtatur ditëve apo orareve të kërkuara prej biznesit. Rekomandohet që në çdo takim pas të parit, Koordinatori të ketë dy kopjet e MM me vete, 1 kopje për secilën palë.
- ⇒ Duhet që Koordinatori të jetë në kontakt të vazhdueshëm me mësuesit e tjerë për tu njohur me planet mësimore dhe për rrjedhojë me nevojat për biznese partnere për ofrimin e SGZH, si edhe të praktikave profesionale. Gjithashtu, Koordinatori duhet të dijë paraprakisht se cilat janë nevojat për input në kurrikul dhe për sponsorizime.
- ⇒ Rekomandohet të synohen sa më shumë biznese për ofrimin e SGZH në fillim të vitit akademik si edhe për ato module të praktikës të cilat është vështirë të zhvillohen në bizneset e qasura. Praktika profesionale duhet të jetë fokus gjithashtu kryesor në negociata. Arritja e kryerjes së praktikës në nivelin 100% të nxënësve, duhet të jetë objektivi kryesor për institucionin.
- ⇒ Nënshkrimit të MM i duhet dhënë rëndësia e duhur; mund të zhvillohet një ceremoni në ambientet e institucionit ku në një ditë të caktuar bëhet nënshkrimi i tyre me të gjitha bizneset, ose mund të zhvillohet në ditë dhe orare të ndryshme. Institucioni duhet të jetë i hapur dhe fleksibël për çdo rast.

5. Qëndrueshmëria e Marrëdhënieve të AFP-së me Biznesin

5.1 Zgjerimi i rrjetit të partnerëve në biznes

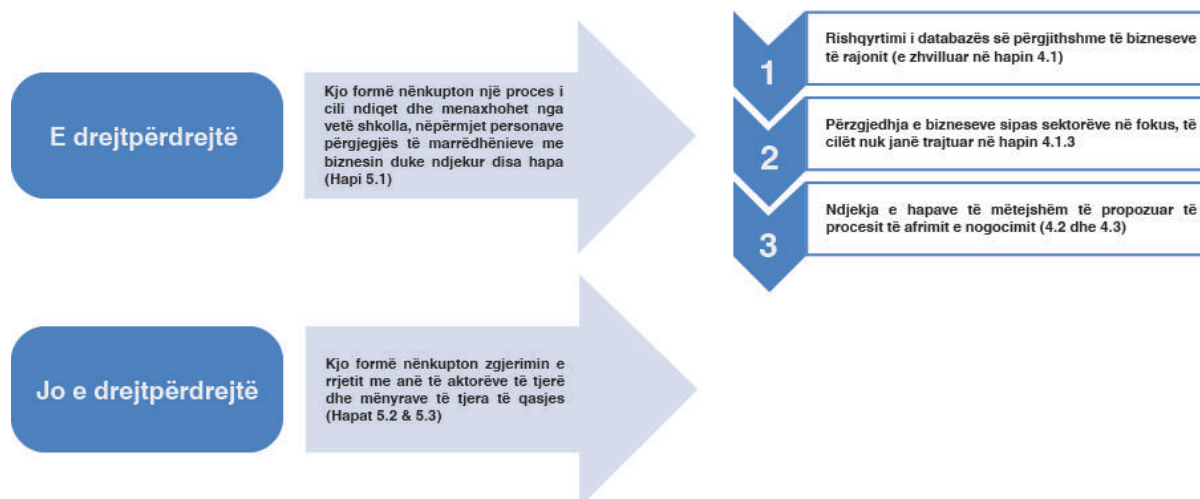
Zgjerimi i rrjetit të bizneseve partnere është një veprim i vazhdueshëm dhe i përsëritshëm dhe duhet të jetë në fokus të institucionit përgjatë gjithë vitit kalendarik. Qëllimi është përfshirja e sa më shumë përfaqësuesve nga sektori privat me interes dhe potencial për institucionin. Zgjerimi mund të konsistojë në përfshirjen e më shumë bizneseve nga një sektor specifik dhe/ose më shumë sektorëve të industrisë.

Këshillë

Ju duhet të kuptoni që një bashkëpunim i vetëm me një biznes nuk do të sjellë ndryshim rrënjësor në shkollë, por duke zgjeruar rrjetin e bizneseve partnere, ju do të krijoni një ndryshim të ndjeshëm për shkollën tuaj. Kjo kërkon që të përgatiteni për aktivitete të mirë planifikuara dhe të organizuara në mënyrë sistematike. Pra ju duhet të ndërtoni një 'strategji' apo një plan të krijimit, menaxhimit dhe zgjerimit të marrëdhënieve me bizneset. Është e rëndësishme të qëndroni me mendje të hapur, të jeni krijues, të konsultoni me të tjerët dhe të shihni gjithmonë një mundësi edhe aty ku duket se 'dera është e mbyllur'.

Format e zgjerimit të bashkëpunimit me bizneset paraqiten më poshtë:

Figura 20: Format e zgjerimit të rrjetit të bizneseve



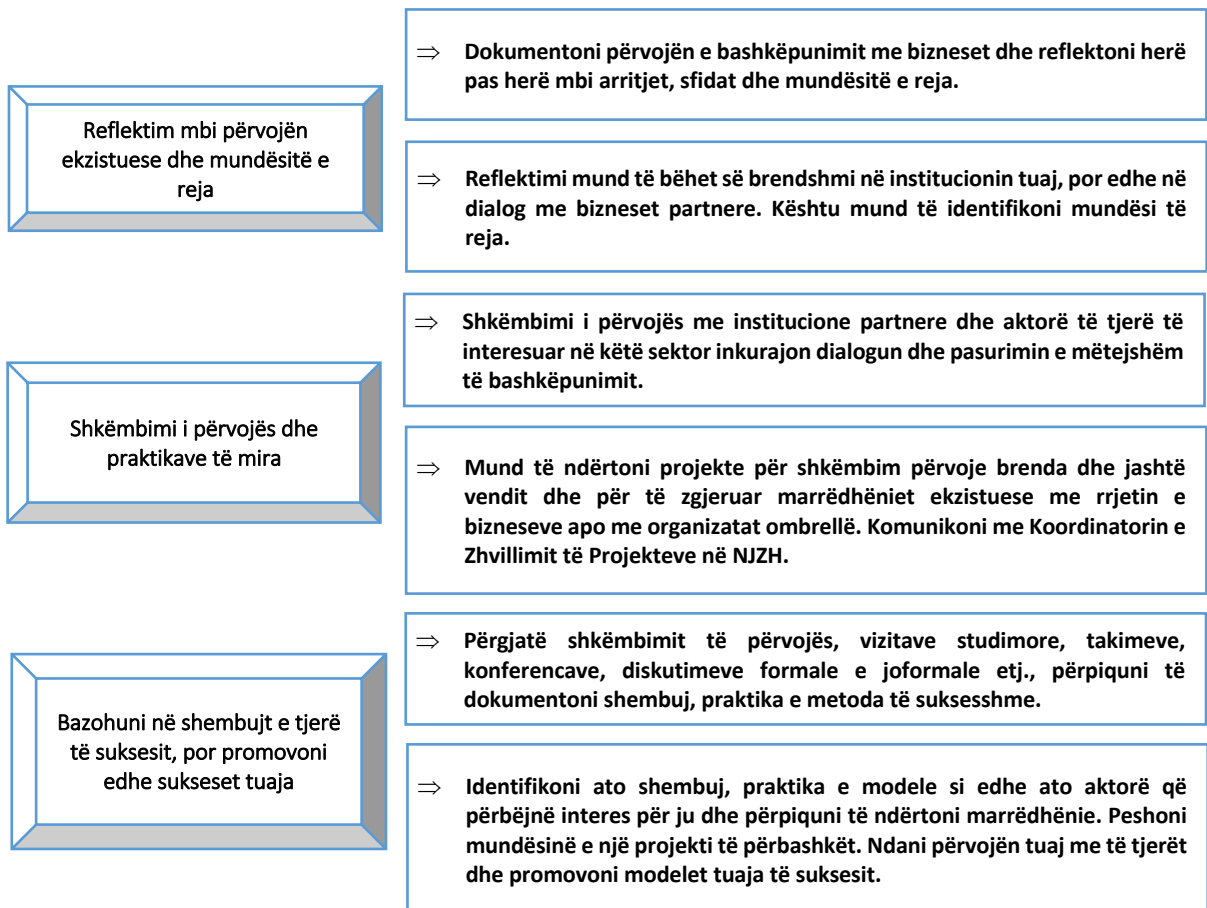
Shkolla duhet të mbajë rekorde të mënyrave të afrimit të bizneseve të reja në shkollë, në menyrë që të fokusohet në të ardhmen në kanalet e komunikimit më efektive. Bizneset e reja të afuara nëpërmjet mënyrës indirekte, hyjnë në proces në hapin 4.2.2. Hapat pasues ndiqen nga shkolla sikundër përshkruar në seksionet e mësipërme.

Këshillë

Ju duhet të kuptoni se jo gjithmonë marrëdhënia biznes-AFP është prioriteti kryesor i ditës apo i muajit qoftë për biznesin qoftë për shkollën tuaj. Prandaj, është e rëndësishme të ndërtojme sinerji me aktivitete dhe iniciativa të tjera. Po kështu është mirë që të gërshetojmë përpjekjet, mos të ketë përsëritje apo mungesa komunikimi. Pra, duhen sjelljet dhe mendësitë e duhura për ta bërë të lehtë bashkëpunimin pavarësisht sfidave.

Për të realizuar me sukses zgjerimin e rrjetit të bizneseve është e rëndësishme edhe mësimi nga përvoja e realizuar, ose ajo që njihet ndryshe si kapitalizim i përvojës.

Figura 21: Hapat për të ndërtuar mbi përvojën e ngritur me bizneset partnere (kapitalizimi)



Në thelb, bashkëpunimi do të thotë njerëz që punojnë së bashku. Janë individët si në biznes edhe në AFP që bëjnë të mundur bashkëpunimin dhe zgjerimin e rrjetit bazuar në përvojë pozitive.

➔ Si të zgjeroni rrjetin e partnerëve të biznesit? ➔

➔ Qasja direkte (hapi 5.1)

Qasja direkte nënkupton që është IOAFP-ja përgjegjëse për zgjerimin e rrjetit të bizneseve me të cilat bashkëpunon përmes Koordinatorit për Marrëdhënien me Biznesin në NJZH dhe sipas hapave të paraqitura më sipër për skanimin, identifikimin, afrimin, negocimin dhe lidhjen e marrëveshjeve me biznesin.

Këshillë

Përpiqu të gjesh ato kompani që kanë gjasë për të qenë më të gatshëm në një bashkëpunim të mundshëm me ju. Disa tregues mund të jenë:

- ▷ kanë shprehur publikisht se kanë mungesë punonjësish dhe/ose janë të interesuar për praktikantë apo punonjës potencial
- ▷ kanë përvojë me bashkëpunime të mëparshme me shkolla
- ▷ kanë shprehur interes ose kanë përvojë në zhvillim projektesh me sektorin e arsimit
- ▷ kanë një qasje ndaj përgjegjësisë sociale si biznes dhe përpiqen të kontribuojnë në komunitet apo rajonin ku veprojnë

➔ Qasja promovuese (hapi 5.2)

Qasja promovuese konsiderohet një mënyrë jo e drejtpërdrejtë e zgjerimit të rrjetit të bizneseve partnere për IOAFP-të. Në këtë rast zgjerimi i rrjetit të bizneseve mund të realizohet përmes marketingut institucional dhe/ose kontributit të bizneseve ambasadore.

Kutia 17: Përpjekjet e marketingut institucional¹²

Marketingu institucional mund të realizohet në disa mënyra:

- *Përmes fjalës* – nga të gjithë aktorët e sistemit AFP, si: Studenti, prindër, stafi i shkollës (mësues, administratë etj.), përfaqësues biznesesh, projekte, donatorë, etj.
- *Marketingu në media sociale* – vëmendja e arritur nga sektori privat me anë të postimeve në rrjetet e ndryshme sociale të shkollës, si p.sh: facebook, instagram, website etj.
- *Marketingu në nivel aktivitetesh* – Aktivitete të ndryshme të organizuara nga shkolla në ambientet brenda dhe jashtë saj si p.sh: ditët e hapura, kompeticione kombëtare dhe ndërkombëtare, pjesëmarrje në aktivitete të ndryshme të organizuara nga sektori privat apo aktorë të tjerë, aktivitete kombëtare lidhur me aftësitë profesionale etj.
- *Marketingu tradicional në mediat lokale dhe kombëtare* –ekspozimi i shkollës dhe arsimit profesional në tërësi në emisione dhe programe të ndryshme televizive, nga aktorë të ndryshëm.
- *Promovimi nga projekte dhe donatorë të ndryshëm* – nga vëmendja që merr shkolla bazuar në sukseset e arritura.

¹² Referoju Shtojca 12 - Elementet kryesore të marketingut të shkollës suaj

Bizneset ambasadore promovojnë shkollën, iniciativat dhe mënyrat e bashkëpunimit në rrjetin e tyre të bashkëpunëtorëve dhe i afrojnë ato te shkolla.

Nga takimet e mëparshme duhet të identifikohen bizneset të cilat janë më të hapura, më të disponueshme, me një rrjet të gjerë bashkëpunëtorësh, me mundësi ndikimi tek të tjerët dhe eksperiencë apo ekspozim në bashkëpunime të ngjashme. Këto biznese mund të përkufizohen si biznese ambasadore dhe si biznese që përcaktojnë trendet. Këta do të jenë partnerët më aktivë të shkollës për objektiva të ndryshëm të saj. Stafi i NJZH. duhet të jetë në kontakt të vazhdueshëm dhe më të shpeshtë me bizneset ambasadore dhe duhet t'i promovojë më shumë ato.

Në fazën e negocimit, është shumë e rëndësishme të identifikohen partnerët e mundshëm vizionarë. Gjatë takimeve dhe bisedave, siç përmendëm Koordinatori duhet të jetë një dëgjues shumë i mirë, interpretues i atyre që shprehen nga përfaqësuesit e biznesit, i gjuhës së trupit, i pyetjeve që shtron biznesi, i gatishmërisë dhe disponibilitetit të shprehur, si edhe vigjilent për të përthithur në çdo moment informacionin dhe inputin që i duhet për të vlerësuar më pas cili është një partner vizionar.

Efekti i punës së bërë nga partnerët vizionarë është dukshëm më i madh në rastin kur ata vendosin trendet në zonë, kështu që është një lëvizje e mençur që Koordinatori të këmbëngulë dhe të përpiqet kryesisht me ta për t'i kthyer në partnerë vizionarë. Në këtë rast ndjekësit do të gjenerohen më lehtësisht dhe në numër më të madh.

Pra, të përbashkët partnerët vizionarë kanë faktin që kontribuojnë aktivisht dhe ndikojnë në zgjerimin e rrjetit të bizneseve bashkëpunëtoresh të institucionit për një/disa/të gjitha opsionet e parashikuara në MM, përfshirë edhe iniciativa të tjera specifike të paparashikuara por që lindin gjatë negocimit.

Kutia 19: Shembull nga praktikatat profesionale tek promovimi i nxënësve dhe zgjerimi i rrjetit të bizneseve partnere

Shkolla "Kolin Gjoka", Lezhë dhe Restorant-Hotel Rapsodia

Restorant dhe Hotel Rapsodia është një ndër partnerët e biznesit më të hershëm (prej 2017) dhe më të qëndrueshëm të shkollës "Kolin Gjoka" në Lezhë. Shef Alfredi ka qenë shumë i hapur për bashkëpunim duke marrë nxënës si praktikantë dhe duke i punësuar në fundjavë apo gjatë sezonit të verës kur Restoranti dhe Hoteli kanë më shumë aktivitet.

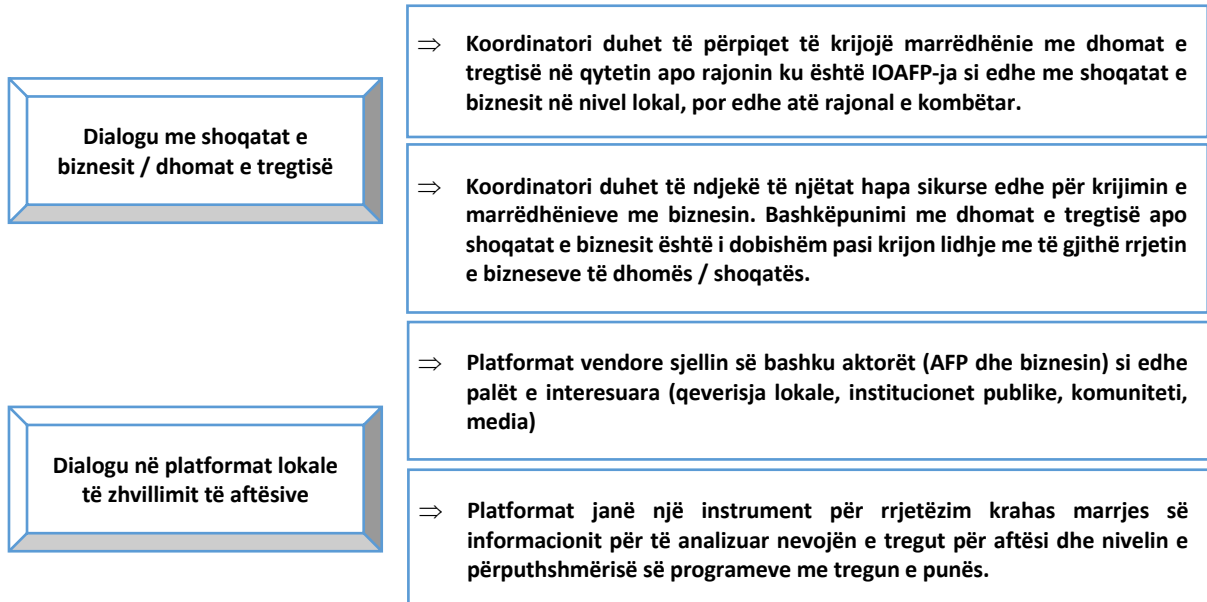
Krahas kësaj, Shef Alredi gjithashtu ka qenë një promotor i zgjerimit të rrjetit të bizneseve të shkollës duke ndihmuar në vendosjen e lidhjeve me biznese të tjera dhe duke i nxitur ato të bëhen partnerë të shkollës. Gjithashtu ai ka qenë gjithmonë i gatshëm për të marrë pjesë në takimet e thirrura në shkollë si takime me bizneset e tjera, takime promovuese, takime me nxënësit e klasave të 10-ta, takime me nxënës të klasave të 11-ta për t'i orientuar në zgjedhjen e profileve etj.

Restorant-Hotel Rapsodia bëjnë një promovim të vazhdueshëm të nxënësve dhe shkollës në rrjetet e tyre sociale apo përmes kanaleve të tjera të komunikimit. Shef Alfredi ka mbështetur nxënësit praktikantë tek biznesi i tij për të marrë pjesë në konkurse kombëtare e ndërkombëtare të kulinarisë. Nxënësit praktikantë tek Rapsodia që kanë marrë pjesë në konkurse janë vlerësuar me çmime të ndryshme. Rapsodia ka marrë çdo vit praktikantë të rinj dhe që nga viti 2017 e në vazhdim ka pranuar deri në 12 nxënës.

➤ Qasja e strukturuar (hapi 5.3)

Qasja e strukturuar nënkupton zgjerimin e rrjetit të partnerëve të biznesit përmes dialogimit me organizatat ombrellë apo përfaqësuese të bizneseve, dhomat e tregtisë si edhe platforma të tjera lokale që sjellin së bashku palë të interesuara për zhvillimin e aftësive dhe punësimin.

Figura 22: Qasja e strukturuar



Pas krijimit të rrjetit në secilin rajon gjatë vitit 2017, në vitin pasardhës akademik është vijuar me zgjerimin e tij. Puna për këtë ka filluar në shtator 2018 nga skuadra e S4J, në rajonet e Vlorës, Lezhës dhe Beratit. Deri në këtë moment, secila shkollë kishte një numër të konsiderueshëm MM me biznese lokale. Gjithashtu, gjatë kësaj periudhe u kryen investime infrastrukturore në shkolla dhe në rritjen e kapaciteteve të stafit të shkollave. Të gjitha këto luajtën një rol të rëndësishëm në promovimin e shkollës dhe në tërheqjen e disa bizneseve të suksesshme e të njohura gjerësisht. Këto histori suksesi shërbyen për të tërhequr biznese të tjera për të bashkëpunuar me shkollën.

Në të njëjtën kohë, reputacioni i shkollave profesionale u rrit nga promovimi që ju bë nga bizneset ambasadore, nga ekspozimi në aktivitete të ndryshme ku u shpërndanë materiale promovuese dhe nga ekspozimi në media televizive dhe sociale. Këto zhvillime ndihmuan në zgjerimin e mëtejshëm të rrjetit të bizneseve në rajonet përkatëse. Në këte fazë filloi edhe përfshirja me e madhe e Koordinatorëve dhe drejtuesve të insitucioneve; projekti mori një rol më tepër lehtësues. Përfundimisht, në secilin institucion u zhvillua një punëtori me pjesëmarrjen e bizneseve ekzistuese dhe bizneseve të reja. Me ndihmën e skuadres së marrëdhënieve me biznesin të S4J, stafit të NJZH. dhe drejtorit përkatës, bizneset ekzistuese ndanë me bizneset e reja eksperiencën e tyre të bashkëpunimit.

Raste suksesi

Në Lezhë, rrjeti u zgjerua lehtësisht me më shumë se dyfishin e numrit të bizneseve, me të cilat ishin lidhur MM deri në Shtator të vitit 2018. Kjo për shkak se kishte modele bashkëpunimi shumë të mira për të promovuar (p.sh.: "Mrizi i Zanave", "Rapsodia", "Rafaelo Resort"), si edhe pasi kishte ndërveprim dhe komunikim më të ngushtë midis bizneseve. Nga ana tjetër, stafi i NJZH. dhe drejtori janë angazhuar shumë për zgjerimin e rrjetit. Kjo edhe për shkak të nevojës për kryerjen e praktikave mësimore pranë ambienteve të biznesit, sepse në shkollë nuk ka një kuzhinë për kryerjen e moduleve praktike të nxënësve në drejtimin Hotelieri-Turizëm.

Në Vlorë, rrjeti u zgjerua me biznese të tjera në qytet, si edhe për herë të parë u përfshinë dhe disa biznese në pjesën e bregdetit (Radhimë, Dhërmi, etj). Bizneset filluan të kthejnë gjithnjë e më shumë sytë nga shkolla Tregtare.

Në Berat, interesi i bizneseve të rajonit për shkollën u rrit për shkak se biznese të mëdha dhe të njohura në Berat, si p.sh.: "Albania Rafting Group", "Castle Park", ishin bërë pjesë e rrjetit në vitin 2017.

Reflektime mbi procesin

Organizimi i punëtorive me pjesëmarrjen e bizneseve ekzistuese dhe të reja me formatin e shkëmbimit "peer to peer" është shumë produktiv. Në këtë format, bizneset duket se ndihen më komodë për të ndarë eksperiencën me kolegët dhe gjithashtu kanë më shumë besim në informacionin e ndarë.

Gjithashtu, pjesëmarrja e bizneseve në aktivitetet e zhvilluara në çdo institucion në kuadër të "Javës Europiane të Praktikave Profesionale" lehtësisht çon në përfshirjen e bizneseve në rrjet.

Rekomandime

- Fushatat e marketingut dhe komunikimi i arritjeve të insitucionit duhet bërë në mënyrë të vazhdueshme.
- Organizimi i takimeve midis shkollës dhe bizneseve partnere dhe shkëmbimi i informacioneve *peer to peer* është mënyrë shumë efikase për tërheqjen e bizneseve të reja dhe përfshirjen e tyre në rrjet.
- Sugjerohet që IOAFP-të të mbështeten sa më shumë në bizneset ambasadore, apo siç përmendet në seksionin 7, i partnerëve vizionarë, si mënyra më efiçente për zgjerimin e rrjetit në një kohë të shkurtër.
- Koordinatori dhe drejtori duhet të jenë shumë aktivë në ndjekjen dhe pjesëmarrjen në aktivitete ku pjesëmarrës janë bizneset. Çdo rast kontakti duhet të shfrytëzohet për rrjetëzim, komunikim të vlerave të institucionit dhe perpjekje për tërheqjen dhe përfshirjen e bizneseve të reja në rrjet.

5.2 Mirëmbajtja e vazhdueshme e marrëdhënies me biznesin

Angazhimi i shkollës në marrëdhënien me bizneset nuk përfundon me nënshkrimin e MM. Mirëmbajtja e marrëdhënieve me bizneset sipas një plani të mirëmunduar është thelbësore për të siguruar një bashkëpunim të konsoliduar dhe një rrjet të qëndrueshëm biznesesh. Për këtë qëllim, shkollat duhet të përcaktojnë plan veprimi specifik duke cilësuar aktivitetet dhe personat përgjegjës. Një plan i tillë duhet të përmbajë elementet si: aktivitetet, periodiciteti i kryerjes së aktiviteteve, personat përgjegjës etj. Në tabelën e mëposhtme paraqitet një shembull plani.

Tabela 1: Shembull plani i aktiviteteve me biznesin

Aktivitetet	Periodiciteti	Personat përgjegjës
Vizita periodike nga Koordinator/ drejtori në ambientet e biznesit	Minimumi 1 herë në muaj	Koordinatori Drejtori (sipas mundësisë)
Takim jashtë ambienteve të shkollës dhe biznesit	Minimumi 1 herë në muaj	Koordinatori Drejtori (sipas mundësisë)
Telefonatë, mesazhe, email, media sociale etj	Minimumi 1 herë në muaj	Koordinatori Drejtori (sipas mundësisë)
Ftesë/pjesëmarrje e biznesit në aktivitetet e shkollës	Çdo herë që organizohen	Koordinatori Drejtori (sipas mundësisë)
Ndjekja e aktiviteteve të biznesit	Çdo herë që organizohen	Koordinatori Drejtori (sipas mundësisë)
Ftesë/pjesëmarrje e biznesit në aktivitete me tematika të lidhura me APF, të organizuara nga palë të treta, si p.sh: AKAFP, Ministria, Projekte/Donatorë etj.	Çdo herë që organizohen	Koordinatori Drejtori (sipas mundësisë)

Kutia 21: Këshilla për mirëmbajtjen e marrëdhënieve me bizneset

- Të krijohet një marrëdhënie besimi dhe e hapur midis të dyja palëve
- Te shkohet me një agjendë të parapërgatitur por të mos kufizohet bashkëbisedimi vetëm në temat e përgatitura
- Dëgjo më shumë, flit më pak
- Mundohu të vjelësh informacion lidhur me problematikat, sfidat dhe zhvillimet e biznesit
- Mundohu të identifikosh potenciale të tjera për bashkëpunim, p.sh: nëse biznesi zgjeron aktivitetin mund të shprehë nevojën për aftësi të reja
- Përditëso biznesin në lidhje me ndjekjen që u është bërë nevojave/problematikave të shprehura në takimet e mëparshme.
- Raporto te përgjegjësi i NJZH dhe drejtori mbi situatën pas çdo kontakti me biznesin
- Përditëso në databazën e bizneseve statusin e marrëdhënies (konsoliduar “Pak”, “Mjaftueshëm”, “Shumë”) – Ky informacion përdoret për nevoja lidhur me vendimmarrjen e shkollës në funksione të ndryshme të shkollës.

Zgjerimi i shpejtë dhe përtej pritshmërive i rrjetit të bizneseve ishte nga njëra anë një histori suksesi, por nga ana tjetër një sfidë për stafet e shkollave. Kjo për dy shkaqe kryesore:

- Funkzioni i Marrëdhënieve me Bizneset ishte një funksion i ri pranë shkollave, i krijuar fillimisht brenda qendrës së karrierës. Mungesa e një strukture të formalizuar me ligj, si NJZ më vonë, krijonte probleme në mirë organizimin e veprimtarive të këtij funksioni.
- Kapaciteti i stafit të shkollës për menaxhimin e marrëdhënieve me biznesin ishte i kufizuar, pasi ishin zhvilluar vetëm disa trajnime bazike lidhur me këtë funksion.

Në këto kushte, stafi i S4J identifikoi (duke marrë parasysh edhe sugjerimet e drejtuesve) dhe përzgjedhi elementë nga stafi i shkollave që vlerësoi që mund të përmbushnin më mirë rolin e Koordinatorit, të cilëve u ofroi trajnime të ndryshme dhe me të cilët punoi më nga afër për ngritjen e rrjetit të bizneseve.

Shpesh, roli i Koordinatorit është mbuluar nga Drejtori. Mirëmbajtja e marrëdhënieve është bërë pjesërisht me anë të kontakteve informale, takimeve për aspekte teknike të praktikave profesionale (në të cilat ka marrë pjesë instruktori i praktikës pa praninë e Koordinatorit apo Drejtorit), dhe me anë të ftesave/pjesëmarrjes së bizneseve në disa aktivitete të shkollës. Për llojet e tjera të bashkëpunimit, marrëdhëniet gjatë vitit akademik pothuajse kanë qënë të munguara, ose kanë ndodhur në okazione rastësore, por në asnjë rast nuk kanë ndodhur në bazë të një plani të strukturuar e të mirëmenduar.

Gjithashtu, në shumë raste, puna e Koordinatorit ka përfunduar përgjithësisht me nënshkrimin e MM me bizneset.

Mungesa e kësaj pune të vazhdueshme nga ana e Koordinatorit çon në:

- Humbjen e bizneseve ekzistuese nga rrjeti
- Marrëdhënie jo të qëndrueshme me bizneset ekzistuese
- Mosafrimin e bizneseve të reja në institucion

Në tetor të vitit 2018, skuadra e marrëdhënieve me biznesin e S4J zhvilloi një fushatë në terren për të takuar çdo biznes, pjesë të rrjetit të secilit prej 6 institucioneve partnere të S4J, për të vlerësuar nivelin e konsolidimit të marrëdhënieve në secilin rajon.

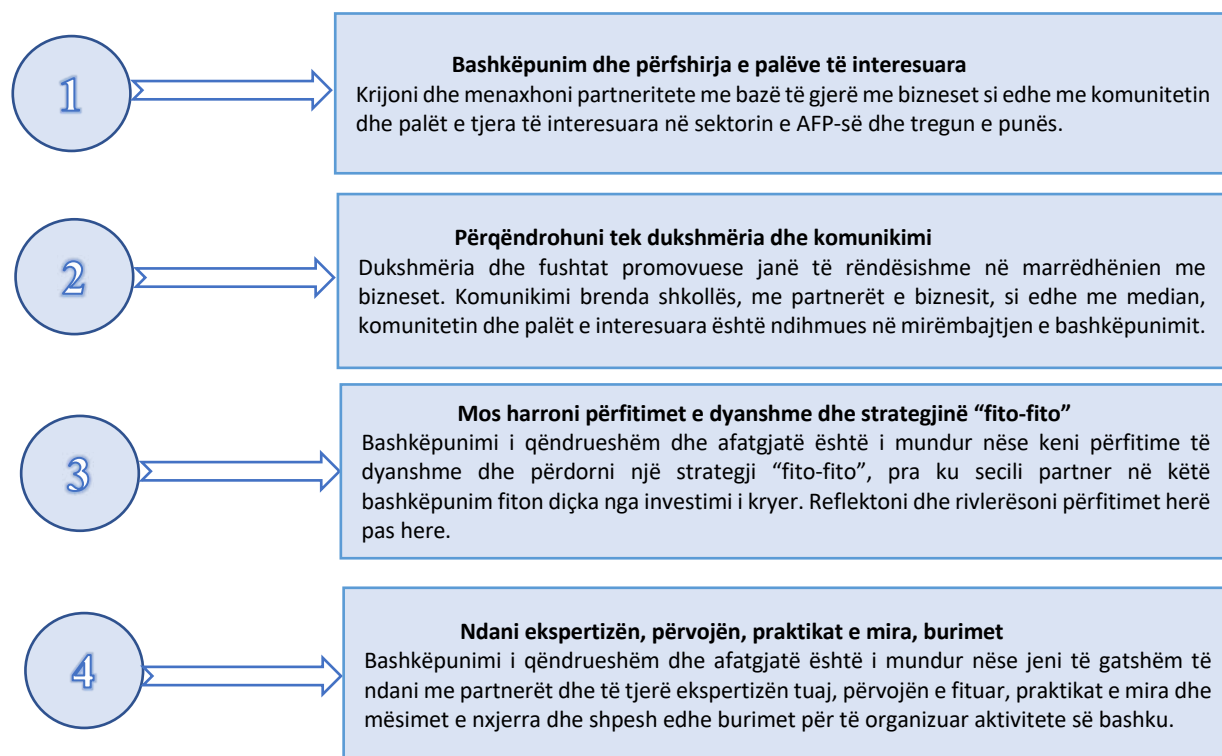
Edhe nga këto rezultate skuadra S4J përforcoi rëndësinë që ka mirëmbajtja e marrëdhënieve me bizneset, pasi në shumë raste rezultoi se marrëdhëniet nuk ishin mjaftueshëm të konsoliduara.

Ndjekja e marrëdhënies për aspektet teknike të llojit të bashkëpunimit nuk është e mjaftueshme. Koordinatori që ka ngritur marrëdhënien, që ka qënë personi i parë i cili është investuar në përfshirjen e biznesit në rrjet, duhet të vazhdojë komunikimin me të rregullisht. Ai apo Drejtori i shkollës duhet t'i tregojë biznesit se është i interesuar për vijueshmërinë e bashkëpunimit, pavarësisht aspekteve teknike. Interesi dhe objektivi i tij i vetëm duhet të jetë që bizneset të jenë të kënaqura nga marrëdhënia e bashkëpunimit dhe të duan ta vazhdojnë atë.

Megjithatë, as aspekti teknik nuk duhet anashkaluar, pasi disa biznese janë tërhequr pas eksperiencës 1 vjeçare të praktikave profesionale për shkak të problematikave lidhur me mungesën e strukturimit dhe mos reagimin ndaj kërkesave/nevojave dhe problemeve të bashkëpunimit.

Më poshtë paraqiten disa sugjerime si të mund ta shndërroni marrëdhënien me biznesin në një marrëdhënie të qëndrueshme.

Figura 23: Hapat për qëndrueshmërinë e marrëdhënies me biznesin



5.3 Përfundimi i marrëdhënies me një biznes

Mund të ndodhë që marrëdhënia me një biznes të caktuar të përfundojë për arsye të ndryshme që mund të lidhen si me biznesin ashtu edhe me shkollën.

Biznesi mund të vendosë të përfundojë një marrëdhënie me shkollën sepse: nuk është i kënaqur me rezultatet e marrëdhënies; ndodhet në vështirësi financiare; mbyllet apo zhvendoset; gjen alternativa të tjera, etj. Në këtë rast, është e rëndësishme që ju të kuptoni mirë arsyet se përse një biznes vendos të përfundojë marrëdhënien me shkollën tuaj në mënyrë që të mund të përmirësoni në të ardhmen ato elementë që mund të kishit bërë më mirë në këtë marrëdhënie.

Mund të ndodhë që vetë shkolla të vendosë të përfundojë një marrëdhënie me një biznes të caktuar sepse: nuk e konsideroni më potencial, nuk jeni të kënaqur me rezultatet e bashkëpunimit, keni reagim jo të mirë nga nxënësit, keni gjetur një alternativë më të përshtatshme për nxënësit dhe shkollën etj. Në këtë rast është e rëndësishme që ky përfundim të komunikohet në kohë dhe në mënyrë profesionale tek biznesi duke u shpjeguar me takt arsyet e këtij vendimi. Mbani parasysh që marrëdhëniet janë të dy-anshme dhe shpesh arsyet për përfundim janë të ndërlidhura mes shkollës dhe biznesit ndaj "gjetja e fajtorit" nuk është e lehtë dhe jo domosdoshmërisht e dobishme. E

rëndësishme është që të bëhet një analizë e thelluar, të nxirren mësimet dhe të përmirësohen në të ardhmen.

Referohuni në Memorandumin e Mirëkuptimit që keni me biznesin dhe në përfundim të marrëdhënies sigurohuni që keni shlyer detyrimet ose jeni dakordësuar sesi do të veproni nëse ka detyrime të dyanshme sipas marrëveshjes së nënshkruar.

Tregoni kujdes për mënyrën sesi e komunikoni këtë përfundim tek palët e tjera duke nisur që nga nxënësit, prindërit, mësuesit, apo edhe palët e tjera të interesuara në rajon. Ju duhet të mbani gjithmonë një nivel të lartë profesionalizmi dhe maturie duke shërbyer kështu edhe si shembull për nxënësit për mënyrën sesi përfundon një marrëdhënie biznesi.

Përfundimi i marrëdhënies me një biznes është një moment reflektimi dhe nxitje për të zgjeruar më tej rrjetin me biznese të përshtatshme dhe me bashkëpunime të suksesshme.

Kriza të thella të shkaktuara nga faktorë madhorë të jashtëm sikurse ishte tërmeti i 26 Nëntor 2019 apo pandemia COVID-19 e vendosin në vështirësi marrëdhënien me biznesin. Më poshtë paraqiten disa elementë që mund të mbahen parasysh sa i takon menaxhimin të krizave dhe ndryshimit në rastin e marrëdhënies shkollë-biznes.

Kutia 23: Ndikimi i krizave në marrëdhënien shkollë - biznes

Hapat kryesorë në menaxhimin e krizave janë përgatitja, implementimi dhe lehtësimi, dhe mësimet e nxjerra, vlerësimi dhe rimëkëmbja.

Sa i takon përgatitjes është e këshillueshme të ketë një plan të menaxhimit të krizave që mund të ndërtohet nga një grup ndër-funksional në shkollë në bashkëpunim me drejtuesit e shkollës. Ky plan duhet të paraqet hapat që duhet të ndjekë shkolla juaj për të vazhduar funksionimin e saj në situatë krize ose në përshtatje me to sikurse ishte rasti i pandemisë COVID-19 duke mbajtur parasysh gjithmonë sigurinë dhe mirëqenien e nxënësve, mësuesve dhe komunitetit të bashkëpunëtorëve në shkollë.

Sa i takon zbatimit, një nga ndryshimet kryesore është puna dhe mësimdhënia në distancë përmes teknologjisë së informacionit dhe komunikimit. Këto janë procese novatore dhe komplekse dhe kërkohet jo vetëm përgatitje, por edhe monitorim dhe vlerësim i vazhdueshëm i ecurisë. Këtu është e rëndësishme të komunikohet në mënyrë të vazhdueshme me të gjithë ekipin e mësuesve dhe stafin e shkollës si edhe nxënësve si edhe të siguroheni që ata kanë burimet dhe pajisjet e nevojshme për tu përshtatur me realitetin e ri të punës apo mësimin.

Nevojitet edhe reflektimi dhe nxjerrja e mësimet nisur nga përvoja juaj apo e bashkëpunëtorëve në mënyrë që të jeni më mirë të përgatitur. Kjo shoqërohet edhe me vlerësimin e ecurisë si edhe nevojën për tu rimëkëmbur dhe për të kapur ritmin me planin tuaj të punës si edhe planin strategjik të shkollës.

Mbani një komunikim të qëndrueshëm dhe të vazhdueshëm me të gjithë palët e interesuara në AFP dhe sidomos me bashkëpunëtorët tuaj në biznes për të gjetur zgjidhje për të realizuar objektivat e bashkëpunimit në përshtatje me situatën. Kështu p.sh tryezat e dialogut të strukturuar mund të zhvillohen vetëm online duke ruajtur distancën por duke siguruar arritjen e qëllimit. Vendosja e nxënësve në praktika në raste krize është sfidë, dhe ndaj në bashkëpunim me biznesin duhen eksploruar mundësitë.

Burime dhe informacione

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>

[Cedefop, (2020). Arsimi dhe formimi profesional në Europë, 1995-2035: skenarë për AFP-në europiane në shekullin e 21-të. Luksemburg: Zyra e Publikimeve e Bashkimit Europian, Nr. 114].

Euler, D. (2017). “Engaging the Business Sector in Vocational Education and Training”, Donor Committee for Dual Vocational Education and Training. DC dVET. 2nd Edition.

https://www.dcdualvet.org/ep-content/uploads/DC-dVET_Engaging-the-Business-Sector-in-VET_STUDY_ENGL_FINAL-1.pdf

[Euler, D. (2017.) “Angazhimi i sektorit të biznesit në Arsimin dhe Formimin Profesional”, Komiteti i Donatorëve për Arsim dhe Formim Profesional të dyfishtë. DCdVET. Edicioni i dytë.]

European Commission, (2017). Business cooperating with vocational education and training providers for quality skills and attractive futures.

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=8053&furtherPubs=yes>

[Komisioni Europian, (2017). Bashkëpunimi i biznesit me ofruesit e arsimit dhe formimit profesional për aftësi cilësore dhe të ardhme tërheqëse.]

Iniciativa Europiane për Arsimin dhe Formimin Profesional, të aksesueshme tek

<https://www.eqavet.eu/what-we-Do/European-VET-Initiatives>

Udhëzuesi “Menaxhimi i Projekteve në arsimin dhe formimin profesional”, Projekti “Aftësi për Punë”, (prill 2020).

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

SDC, (2016). Swiss Agency for Development and Cooperation. Vocational skills development: key to employment and income. Bern.

[SDC, (2016). Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim. Zhvillimi i aftësive profesionale: kyç për punësimin dhe të ardhurat. Bern.]

The Bruges Communiqué on enhanced European Cooperation in Vocational Education and Training for the period 2011-2020. http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-policy/doc/vocational/bruges_en.pdf

[Komunikata e Bruzhit mbi Bashkëpunimin Europian të përforcuar në Arsimin dhe Formimin Profesional për periudhën 2011-2020.]

Udhëzimi Nr. 11, datë 03.03.2020 për Mënyrën e organizimit dhe veprimtarinë e ofruesve publikë të arsimit dhe formimit profesional, Ministria e Financave dhe Ekonomisë.

UNESCO, (2018). Funding skills development. The private sector contribution. Paris: UNESCO.

[UNESCO, (2018) Të financosh zhvillimin e aftësive. Kontributi i sektorit privat. Paris: UNESCO]

Fjalorth

Arsimi dhe Formimi Profesional (AFP) - Fushë e aftësive profesionale, që kombinon arsimin me praktikën profesionale, e cila i pajis individët me njohuri e shprehi të veçanta, si dhe me kompetenca të gjera që kërkohen për tu punësuar në një profesion të caktuar dhe për tu integruar në tregun e punës.

Biznes - Një 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.

'Cold calling' - Nënkupton kontaktimin për herë të parë të dikujt, pa patur njohje / kontakte paraprake.

Dhoma e Tregtisë dhe Industrisë – është një rrjet ose grupim biznesesh. Objekti i saj është përfaqësimi dhe mbrojtja e interesave të ligjshëm ekonomikë 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).

Gjithëpërfshirja në arsimin dhe formimin profesional – Ofrimi i mundësive për arsimimin dhe formimin profesional për të gjithë, pa asnjë diskriminim.

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

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

Kurrikula - Ajo përcakton se çfarë duhet të dinë dhe çfarë duhet të jenë në gjendje të bëjnë nxënësit, cilat vlera duhen kultivuar tek ata, si duhet të aftësohen për mirëqenie shoqërore dhe vetjake. Kurrikula është themeli mbi të cilin ngrihet procesi i arsimimit, si dhe thelbi i çdo procesi të formimit tërësor apo të pjesshëm të arsimit.

Mobiliteti - Mundësia për të gjithë nxënësit për tu transferuar në programe të tjera arsimit ose formimit dhe/ose për të vazhduar me marrjen e njohurive, kompetencave dhe aftësive, në përputhje me kërkesat e tregut të punës.

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

'Out of the box' – Të mendosh dhe/ose të vepros jashtë kornizave të zakonshme e të pritshme. Nënkupton të jesh krijues dhe të gesh mënyra të reja.

Qëndrueshmëri - Qëndrueshmëria 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 – Term që 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 - Trajnimi i bazuar në kompetencë 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.

Instrumente

Shtojca 1 - Model i Memorandumit të Mirëkuptimit

MEMORANDUM MIRËKUPTIMI

Ky Memorandum Mirëkuptimi nënshkruhet sot, më datë __.__.202_ dhe përcakton termat dhe bashkëpunimin midis palëve të mëposhtme:

1. **Shkolla e Mesme Profesionale** _____ me adresë në: _____, përfaqësuar ligjërisht nga Z./Znj. _____, Drejtor (më poshtë referuar si "Shkolla"),
2. _____, një shoqëri _____, me seli në adresën: _____, përfaqësuar ligjërisht nga: _____, në cilësinë e _____, (më poshtë referuar si "Shoqëria"),
3. **Swisscontact**, me adresë në Rr. Skënderbej, Tiranë, përfaqësuar ligjërisht nga Z. Fatjon Dragoshi, në cilësinë e Menaxherit të Projektit (më poshtë referuar si "Swisscontact").

Palëve u referohemi individualisht si "Pala" dhe bashkërisht si "Palët".

Kushte paraprake

1. Projekti "Aftësi për Punë" është një projekt i hartuar nga Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim, në bashkëpunim me qeverinë shqiptare, për zbatimin e të cilit është kontraktuar Swisscontact. Përmirësimi i ofrimit të arsimit dhe formimit profesional është ndër synimet më të rëndësishme të këtij projekti.
2. Në kuadrin e këtij projekti, Shkolla dhe Shoqëria si pjesë e komunitetit të biznesit, si partnerë aktivë, shprehin gatishmërinë të bashkëpunojnë në përgatitjen dhe integrimin e të rinjve në tregun e punës. Bashkëpunimi mund të konsistojë, ndër të tjera, në hapjen e deryve për të pritur nxënës dhe/ose mësues në ambientet e Shoqërisë, vënien në dispozicion të stafit për tu përcjellë eksperiencën e tyre nxënësve apo/edhe mësuesve, duke ndërtuar dhe mirëmbajtur marrëdhënie afatgjata dhe duke u shndërruar, si rrjedhojë, në partnerë të qëndrueshëm në zhvillimin e aftësive profesionale.

Duke marrë parasysh sa më sipër, palët bien dakord si më poshtë vijon:

1. Kuadri ligjor

Ky Memorandum bazohet në Ligjin nr. 7961, datë 12.07.1995 "Kodi i Punës i Republikës së Shqipërisë", i ndryshuar, dhe në ligjin nr. 15/17 "Për arsimin dhe formimin profesional në Republikën e Shqipërisë".

2. Objekti

2.1. Ky Memorandum ka synim të shprehë vullnetin e palëve për të filluar bashkëpunimin në fushën e formimit profesional midis Shkollës dhe Shoqërisë për një ose më shumë prej formave të mëposhtme:

- **Ofrimin e skemave graduale të zhvillimit të nxënësve;** dyer të hapura në Shoqëri, histori suksesi në shkollë, punonjës si mësues/trajner në shkollë, nxënës që vëzhgojnë punonjësit gjatë punës së tyre;
- **Ofrimin e praktikës profesionale për nxënësit e shkollës** në ambientet e Shoqërisë (Apprenticeship dhe Internship) apo në distancë;
- **Ofrimin e përditësimit të njohurive për mësuesit e shkollës;**
- **Sponsorizim** në formën e kontributit për shkollën dhe/ose nxënësin ;
- **Marrëdhënie e qëndrueshme me shkollën;** Shoqëria merr pjesë ne aktivitetet e shkollës dhe anasjelltas;
- **Merr pjesë në vlerësimin e vazhduar dhe përfundimtar të nxënësve;**
- **Kontribuon në përmirësimin e kurrikulave apo zhvillimin e kurrikulave të reja të shkollës;**
- **Kualifikimin e mentorëve të praktikës profesionale;**
- **Regjistrimin si ofrues i formimit profesional.**

2.2. Palët do të nënshkruajnë një marrëveshje të formimit profesional e cila do të përmbajë kushtet dhe afatet e bashkëpunimit të lartpërmendur.

2.3. Në kuadër të projektit “Aftësi për Punë” (S4J) do të ofrohet asistencë maksimale për mirëfunksionimin e këtij Memorandumi nënshkruar me vullnet të lirë të palëve.

3. Konfidencialiteti dhe mbrojtja e të dhënave personale

- 3.1. Palët marrin përsipër, gjatë dhe para diskutimeve ose lidhjes së marrëveshjes mes tyre, të ruajnë konfidencialitetin dhe të mos përhapin asnjë informacion konfidencial që palët i kanë bërë të ditur njëra-tjetrës ose që njoftohet para dhe pas diskutimeve ose lidhjes së marrëveshjes mes tyre, si dhe të mos përdorin asnjë informacion konfidencial për qëllime të ndryshme nga sa specifikohet më lart në nenin 2.
- 3.2. Palët garantojnë njëra-tjetrën se punonjësit ose nënkontraktorët e tyre do të respektojnë detyrimet e konfidencialitetit të përcaktuara në këtë nen.
- 3.3. Secila nga palët i garanton palës tjetër se do të zbatojë me përpikëri detyrimet që rrjedhin prej legjislacionit në fuqi në fushën e mbrojtjes së të dhënave personale.

4. Të ndryshme

- 4.1. Çdo shtesë apo ndryshim i këtij Memorandumi do të kryhet me pëlqimin me shkrim të palëve nënshkruese të tij.
- 4.2. Ky Memorandum hyn në fuqi në datën e nënshkrimit të tij dhe mund të zgjidhet nga secila prej palëve me njoftim paraprak me shkrim prej 30 ditësh dërguar palës apo palëve të tjera.
- 4.3. Ky Memorandum do të rregullohet dhe interpretohet në përputhje me legjislacionin shqiptar në fuqi.
- 4.4. Ky Memorandum nënshkruhet në 3 kopje origjinale në gjuhën shqipe, nga një për secilën palë dhe me të njëjtën përmbajtje dhe vlerë ligjore secila.

Data: ____ . ____ . 20__

Për Shkollën

Për Shoqërinë

Për Swisscontact

rejtor i Shkollës
rofesionale

Shoqëria

Fation Dragoshi
Menaxher Projekti
Aftësi për Punë (S4J)

Shtojca 2 - Model për ndërtimin e databazës së partnerëve në biznes

Nr.	Emri i biznesit	Lloji	Personi i kontaktit	Email	Telefon	Adresa	Web	Çfarë bashkëpunimi ofron?	MM	Shënime

Shtojca 3 - Analiza SWOT e zhvillimit të marrëdhënieve me biznesin

Tabela 2: Analiza SWOT

Pikat e forta	Pikat e dobëta
<ul style="list-style-type: none"> Ofruesit partnerë të AFP kanë krijuar rrjete të gjera me biznese partnere. Qasja një-me-një bën të mundur krijimin e marrëdhënieve të forta me bizneset partnere. Bizneset e konsiderojnë angazhimin e tyre me shkollat profesionale si një investim për punonjësit e tyre të ardhshëm, duke rritur kështu prirjen e tyre për ta ruajtur këtë marrëdhënie. Bizneset e shohin marrëdhënien me ofruesit e AFP-së si të dobishme në një periudhë kohore afatshkurtër dhe afatgjatë. Mentorët e trajnuar dhe stafi i përkushtuar ndikojnë pozitivisht në cilësinë e këtyre marrëdhënieve. Rritja e shkallës së informimit të sektorit privat për praktikantët profesionale dhe përmirësimi i kurrikulave ndikojnë në shtimin e interesit të bizneseve për bashkëpunim. 	<ul style="list-style-type: none"> Pas vendosjes së marrëdhënieve, shkollat hasin vështirësi për ruajtjen e saj. Angazhimi i bizneseve në fushat e bashkëpunimit është shpesh <i>ad-hoc</i> dhe nuk ndjek një procedurë / proces të paracaktuar. Bizneset angazhohen më shumë në fushat e bashkëpunimit që janë më të dobishme për ato në periudhën afatshkurtër (p.sh. praktikantët profesionale), duke i anashkaluar ndonjëherë fushat e tjera të përcaktuara në MM (p.sh. zhvillimi i kurrikulave, mundësimi i ZhGA). Gatishmëria e bizneseve për të bashkëfinancuar AFP-në, në forma të ndryshme (p.sh. sponsorizimi, kompensimi i praktikantëve) është e ulët. Vështirësitë për të kuptuar dhe zbatuar skemën e praktikës profesionale dhe ngatërrimi i pozicionit të praktikantit më atë të punonjësit, duke e shfrytëzuar praktikantët si krah të lirë pune.
Mundësitë	Kërcënimet
<ul style="list-style-type: none"> Marrëveshjet kolektive për bashkëpunim midis ofruesve të AFP-së dhe korporatave të mëdha që veprojnë në mbarë vendin. Rritja e bashkëpunimit me partnerë të tjerë. Progresi në përmirësimin e kuadrit rregullator. Ndryshimi i mentalitetit të sektorit privat në lidhje me rëndësinë e tyre për krijimin e një force pune të kualifikuar dhe tejkalimin e hendekut të aftësive. 	<ul style="list-style-type: none"> Qëndrueshmëria afatgjatë e marrëdhënieve rrezikohet në rastet kur marrëdhënia është vendosur si një favor personal për anëtarët e stafit të shkollës ose për shkak të reputacionit të projektit "Aftësi për Punë". Qasja një-me-një vështirë se mund të çojë në ndryshime sistemike në AFP. Mungesa e mekanizmave për të nxitur dialogun ndërmjet ofruesve partnerë dhe sektorit privat. Kapacitetet e kufizuara të stafit të shkollave të angazhuara në menaxhimin e marrëdhënieve me biznesin. Atraktiviteti i kufizuar i ofertave të shkollave për sektorin privat. Mungesa e një kuadri rregullator gjithëpërfshirës që mundëson ekzistencën e sistemit dual.

Shtojca 4 - Përshkrimi i punës së Koordinatorit të Marrëdhënieve me Biznesin

Detyrat kryesore që duhet të mbulojë Koordinatorin:

- a. Studion dhe ndërton marrëdhënie strategjike me punëdhënësit vendorë dhe rajonalë për të identifikuar dhe zhvilluar mundësi për punësim dhe praktika;
- b. Siguron mbikqyrjen e programeve/sigurohet për caktimin e një mbikqyrësi në biznese gjatë praktikave profesionale;
- c. Në bashkëpunim me mësuesin/instruktorin përgjegjës për praktikat profesionale, mbështet procesin e hartimit të planeve të praktikës profesionale për çdo nxënës dhe vlerësimin nga mentori;
- d. Identifikon dhe angazhon bizneset e mundshme për Programet e Sponzorizimit;
- e. Në bashkëpunim me mësuesit e lëndës, lehtëson takime dhe vizita për nxënësit në ambientet e biznesit; leksione të hapura për përfaqësuesit e biznesit në ambientet e shkollës apo të tjera aktivitete mësimore me përfshirjen e biznesit;
- f. Në bashkëpunim me koordinatorin e zhvillimit të kurrikulave, organizon takime dhe diskutime me bizneset në rajon me synimin për të ndihmuar në zhvillimin dhe përmirësimin e kurrikulave që përdoren në shkolla me orientim nga tregu i punës.
- g. Krijon dhe mirëmban një bazë të dhënash që përmban informacion bazë mbi kompanitë aktive që mund të ofrojnë TNNP që lidhen me profilet e ofruesit të AFP dhe të përshtatshme në nivel vendor, rajonal dhe kombëtar;
- h. Në kuadrin e ruajtjes së marrëdhënieve, monitoron zbatimin e TNNP në biznese dhe të praktikave më të mira të tregut;
- i. Identifikon nevojat e nxënësve për TNNP në bashkëpunim me mësuesit dhe instruktorët e lëndëve profesionale;
- j. Bashkëpunon me koordinatorin e kurrikulave për parashikimin e aktiviteteve mësimore me ekspozim ndaj botës së punës, p.sh: vizita në kompani, lektorë të ftuar nga bizneset, projekte mësimore me mentorë nga bizneset etj.
- k. Koordinon aktivitetin e aplikimit dhe përzgjedhjes për praktikë profesionale;
- l. Menaxhon rastet e veçanta dhe mban dokumentacionin përkatës në lidhje me to.
- m. Siguron nënshkrimin e kontratave të posaçme bashkëpunimi/ memorandume mirëkuptimi me bizneset që angazhohen për të ofruar praktika, vizita në mjediset e kompanisë ose forma të tjera bashkëpunimi;
- n. Organizon vizitat e nxënësve dhe pjesëmarrjen e përfaqësuesve të shkollave të AFP në panairë dhe në aktivitete të tjera;
- o. Ngre borde tematike brenda shkollës me pjesëmarrjen e aktorëve të ndryshëm (kryesisht të fokusuar tek sektori privat/bizneset).

Kompetencat kyçe që duhet të ketë Koordinatorin:

- a. Të menaxhojë, të sigurojë mbështetje dhe të krijojë përfitim reciprok nga marrëdhëniet afatgjata me grupe të ndryshme njerëzish e partnerësh socialë;
- b. Të kuptojë dhe të jetë i vetëdijshëm për çështjet ekonomike e politike që ndikojnë në arsimin profesional dhe tendencat e punësimit;
- c. Të ketë njohuri mbi, dhe lidhje të forta formale dhe joformale me industrinë dhe shërbimet vendase;

- d. Të menaxhojë, krijojë dhe zhvillojë mundësi për praktika e vizita mësimore në biznese, që mbështesin aftësimin profesional të nxënësve/kursantëve;
- e. Të zhvillojë programe dhe përjasje inovative ndaj nxënësve për të inkurajuar frekuentimin e praktikave mësimore;
- f. Të ketë aftësi shumë të mira në të folur e të shkruar, në komunikimin e informacioneve të thjeshta e komplekse drejtuar audiencës brenda e jashtë shkollës;
- g. Të artikulojë vlerën e shërbimit të ofruesit të AFP dhe njësisë së zhvillimit për të gjithë audiencat.

Shtojca 5 - Gjetja e informacionit për bizneset nëpërmjet QKB

Çdo individ mund të ketë akses në databazën kombëtare të bizneseve nëpërmjet faqes zyrtare të QKB (linku: <http://qkb.gov.al/kerko/kerko-ne-regjistrin-tregtar/kerko-per-subjekt/>). Për të gjetur të dhëna të detajuara për bizneset që veprojnë në një rajon të caktuar mund të ndiqen udhëzimet e mëposhtme:

- 1) Pasi të keni aksesuar rubrikën e duhur nëpërmjet linkut të mësipërm, vendosni tek *'Adresa'* emrin e qytetit tuaj dhe klikoni *Kërko*. Në këtë mënyrë do t'ju shfaqen të gjitha bizneset e regjistruara në qytetin e kërkuar.

Kërko për subjekt

The screenshot shows a search form with the following fields: Nipti, Emri i subjektit, Adresa, Aksioneri, Emri Tregtar, and Numri i identifikimit. There are two buttons: 'Kërko' (orange) and 'Pastro' (green). The 'Adresa' field is circled in blue.

- 2) Për secilin biznes shfaqen fillimisht disa të dhëna për llojin e aktivitetit (shiko *'Objekti i Aktivitetit'*). Duke u nisur nga kjo e dhënë ju mund të përzgjidhni paraprakisht bizneset që operojnë në sektorët që përputhen me ofertën aktuale apo potenciale të shkollës.

The screenshot shows the search results page with the following fields: Nipti, Emri i subjektit, Berat, Aksioneri, Emri Tregtar, and Numri i identifikimit. There are two buttons: 'Kërko' (orange) and 'Pastro' (green). Below the search fields, there are four rows of results, each with a blue box around the 'Objekti i Aktivitetit' field and an arrow pointing to it. The results are:

Nipti	Emri i Subjektit	Objekti i Aktivitetit
K2781113E	ALDO	Import-eksport,tregtim te materialeve te ndryshme, lende te para ,pije,veshmbathje e konfeksione, hidrosanitare,hidraulike.Tregtim pjese kembim per makine dhe automjete,makineri e pajisje,goma, bateri.Transport mallrash e pasagjeresh brenda e jashte...
K32513180V	Mustafa Goga	Transport udhëtarësh.
J72603135F	SHPIRAGU	Prodhim dhe shitje parafabrikatesh.Prodhim dhe shitje materialesh ndertimi karriere gurore.Gure i bardhe,Çakull,Gure gelqere,Granil,Bloqe betoni.Prodhim dhe tregetim pllakash.Tregtia e pergjithshme me shumice e pakice.Eksportimi dhe importimi i mall...
K32803011C	ALBI SHPK	Prodhimi tregtimi i artikujve te ndryshem industriale si punime druri te gjitha llojeve, punime guri te te gjitha llojeve me shumice e pakice eksport import.Perpunimin e gurit gelqeror per prodhimin e materialeve inerte te tilla si rere,granil,çakull...

- 3) Pas përzgjedhjes fillestare, për të marrë të dhëna më të detajuara lidhur me aktivitetin e biznesit, adresën e saktë dhe numrin e kontaktit të administratorit mund të shkarkohet ekstrakti i thjeshtë i biznesit duke klikuar në ikonën përkatëse.

***Në qoftë se nuk ju nevojitet informacion për bizneset që veprojnë në një rajon apo sektor të caktuar, por kërkonti të dhënat e kontaktit të një biznesi që njihni, mund të kërkonti direkt me emrin e biznesit dhe të shkarkoni më pas ekstraktin e tij sipas udhëzimeve në hapin 3.

Kërko për subjekt

The screenshot shows a search form with the following fields: Nipti, Emri i subjektit, Adresa, Aksioneri, Emri Tregtar, and Numri i identifikimit. There are two buttons: 'Kërko' (orange) and 'Pastro' (green). The 'Emri Tregtar' field is circled in blue.

Shtojca 6 – Regjistrimi i një praktikanti në sistemin online të tatimeve

Regjistrimi i praktikantit në sistemin online bëhet nga biznesi, megjithatë hapat më poshtë janë për dijeni për Koordinatorin e Marrëdhënieve me Biznesin pasi mund t'i duhet të informojë dhe udhëzojë biznesin në këtë drejtim. Kjo shtojcë mund t'i jepet krejtësisht punonjësit të biznesit që do të regjistrojë praktikantët në sistemin online të tatimeve.

Hapi i parë: Hyrja në sistemin e tatimeve online.

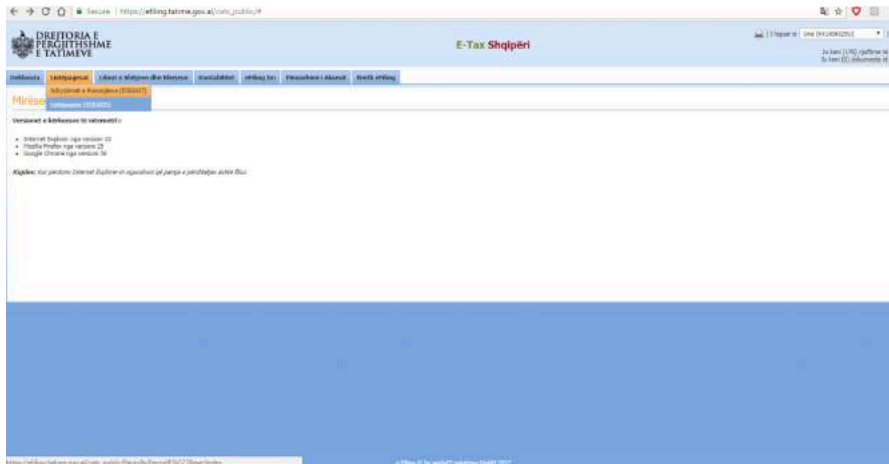
Për të hyrë në sistem vendosni emrin e përdoruesit, fjalëkalimin dhe pranoni termat e kushtet duke klikuar në kutizën përkatëse. Më tej shtypni butonin: 'Hyr në sistem'.



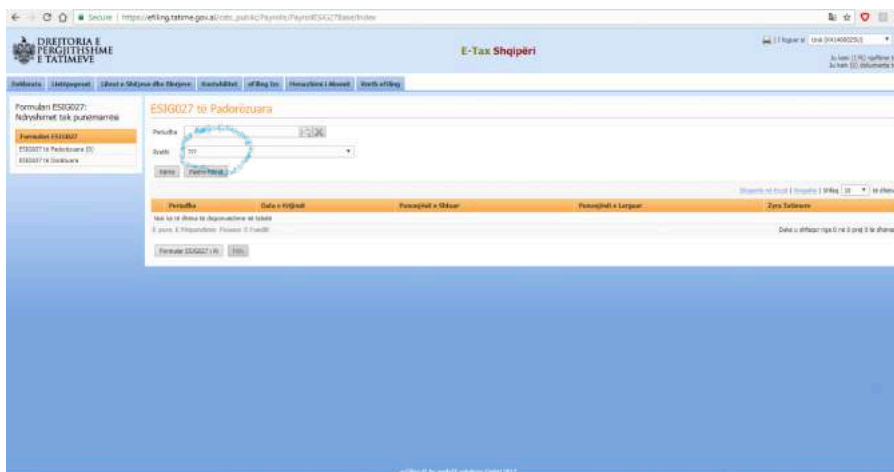
Hapi i dytë: Pasi të keni hyrë në sistem, shfaqet në ekran pamja e mëposhtme:



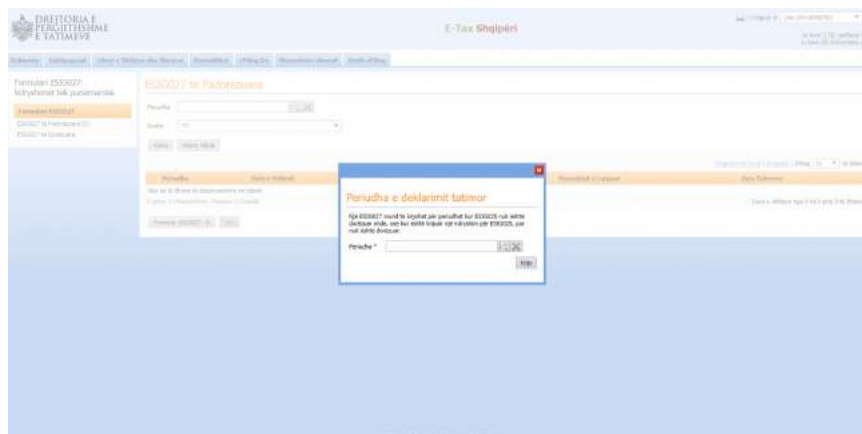
Hapi i tretë: Tek menuja ‘Listëpagesat’ zgjidhni: Ndryshimet e punonjësve ESIG027 sikurse tregohet më poshtë:



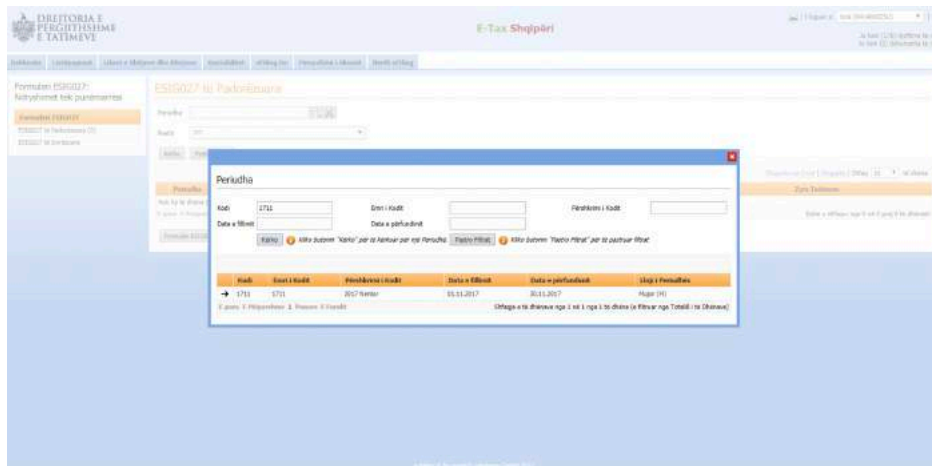
Hapi i katërt: Shfaqja në ekran e Formularit ESIG027: Ndryshimet tek punëmarrësi, zgjidhni ‘Formulari ESIG027 i Ri’.



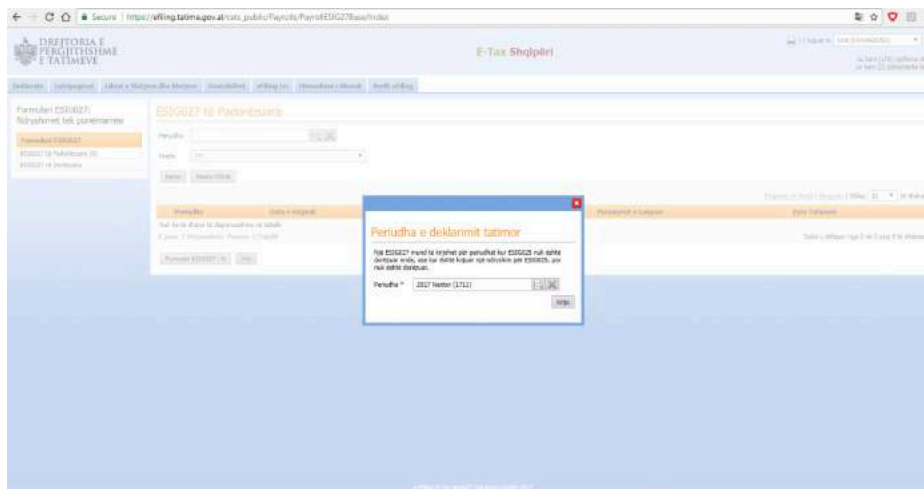
Hapi i pestë: Zgjidhni periudhën e deklarimit duke klikuar tek lupa.



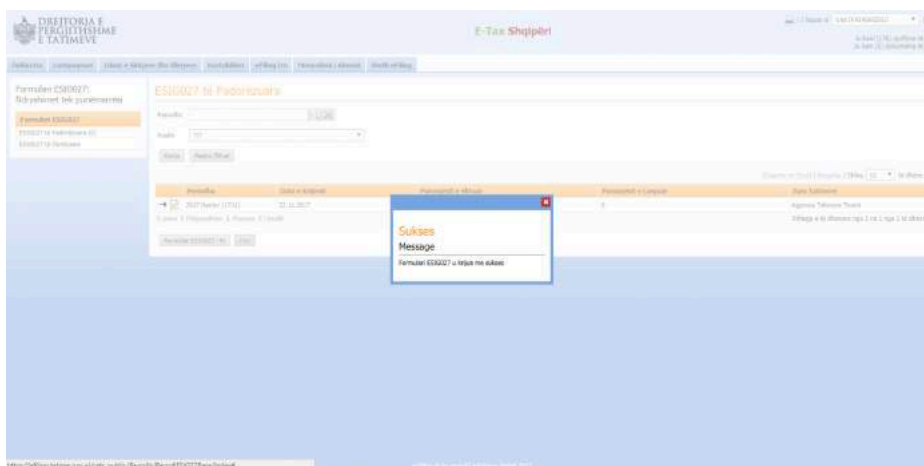
Hapi i gjashtë: Vendosni kodin sipas periudhës përkatëse (p.sh 1711 i përket periudhës Nëntor 2017).



Hapi i shtatë: Zgjidhni 'Krijo'.



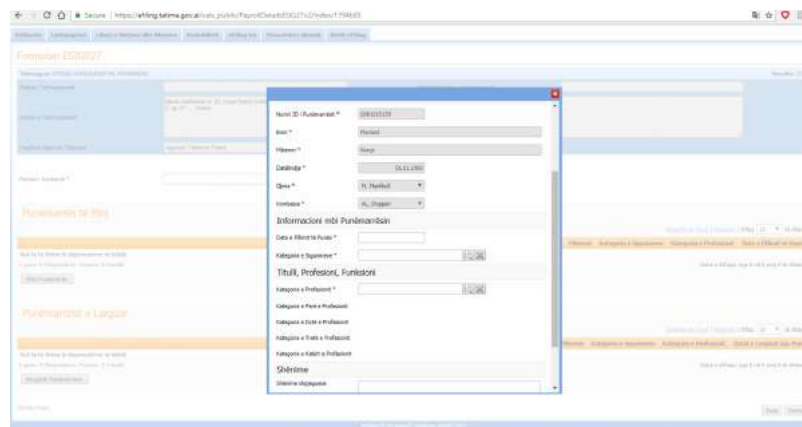
Hapi i tetë: Në ekran shfaqet mesazhi, Formulari ESIG027 u krijua me sukses.



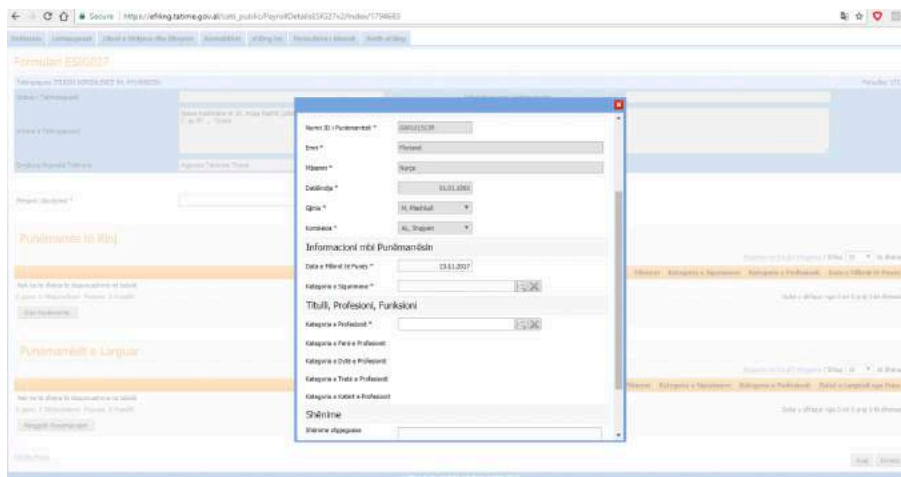
Hapi i nëntë: Mbyllni dritaren e shfaqur tek X dhe në ekran do të shfaqet formulari ESIG027.

Hapi i dhjetë: Zgjidhni 'Shto punëmarrës' dhe shfaqet një dritare me Detajet e punëmarrësit. Vendosni Numrin e Identifikimit Personal (ID) të punëmarrësit dhe klikoni tek 'Kërko të dhënat për personin'.

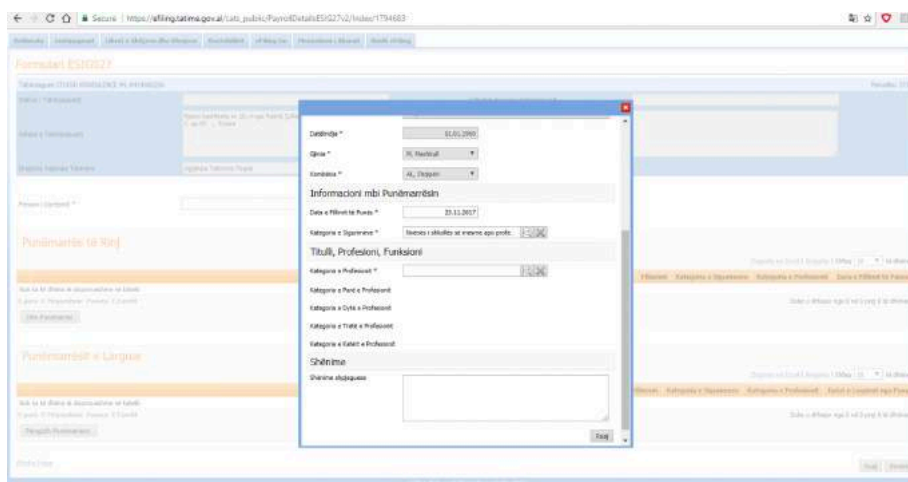
Hapi i njëmbëdhjetë: Në ekran shfaqen të dhënat personale të personit.



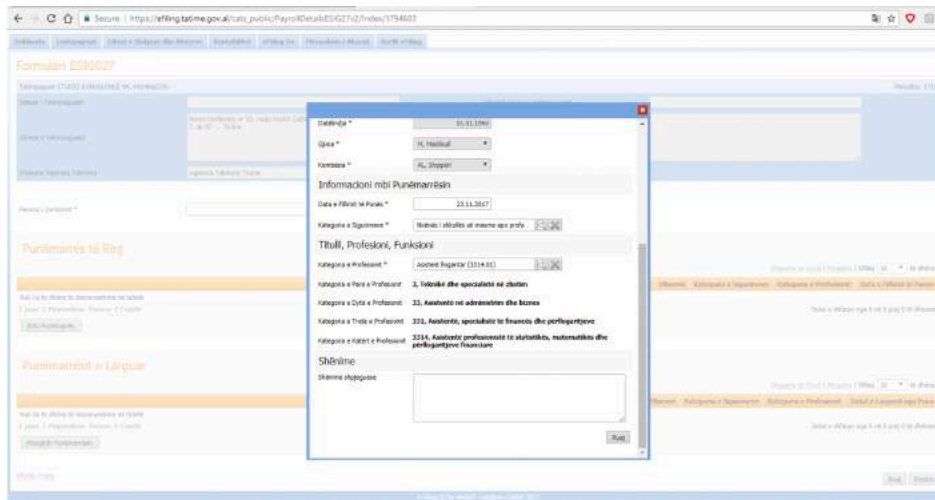
Hapi i dymbëdhjetë: Vendosni datën e fillimit të punës. Kujdes - gjithmonë një ditë më vonë nga data e deklarimit.



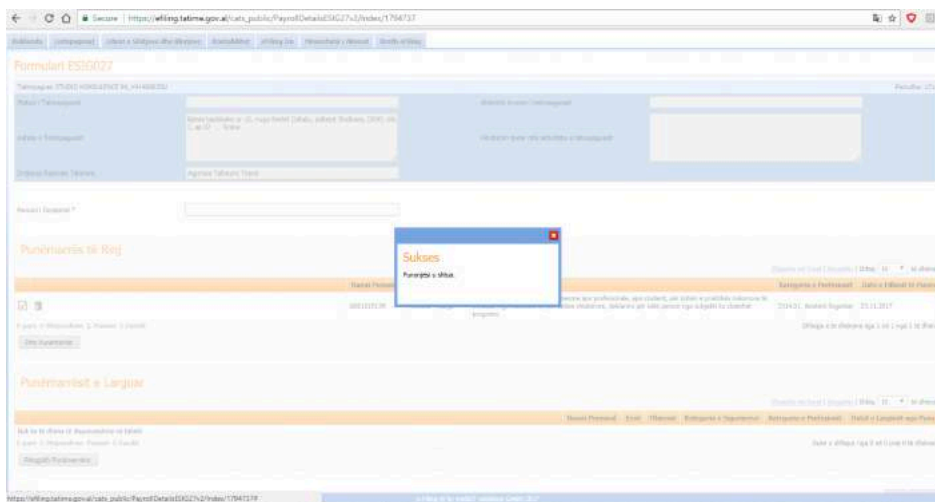
Hapi i trembëdhjetë: Klikoni tek lupa dhe zgjidhni kategorinë e sigurimeve: Nxënës i shkollës së mesme apo profesionale, apo student, për kohën e praktikës mësimore të miratuar nga institucionet përkatëse shtetërore, deklarimi për këtë person nga subjekti ku zbatohet programi.



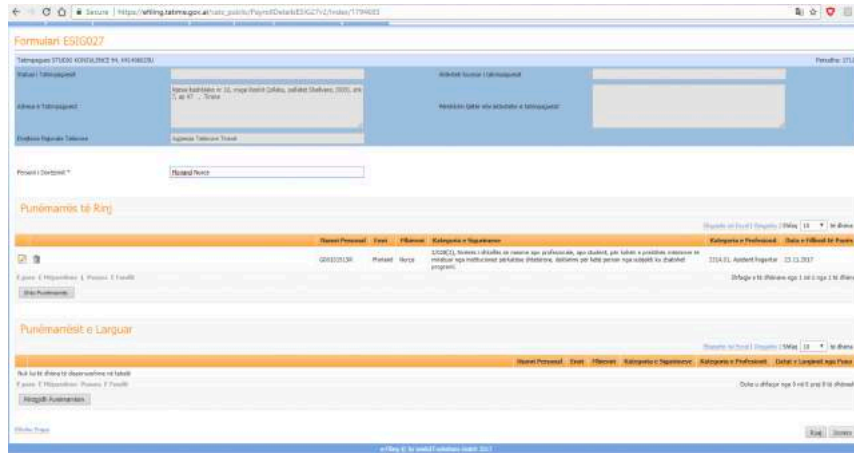
Hapi i katërbëdhjetë: Klikoni tek lupa dhe zgjidhni kategorinë e profesionit: p.sh Asistent llogaritar dhe zgjidhni 'Ruaj'.



Hapi i pesëmbëdhjetë: Shfaqet në ekran mesazhi: Punonjësi u shtua.



Hapi i gjashtëmbëdhjetë: Mbyllni me X dhe shfaqet në ekran punonjësi i shtuar. Vendosni emrin e personit të dorëzimit dhe zgjidhni 'dorëzo'.



Tashmë e keni përfunduar procesin me sukses. Veproni në të njëjtën mënyrë për raste të tjera.

Shtojca 7 - 'Checklist' për organizimin e një aktiviteti

Ju mund të organizoni aktivitete të ndryshme në kuadër të marrëdhënies me bizneset.

Disa aktivitete mund të jenë të mbyllura, pra janë takime apo mbledhje mes shkollës dhe biznesit, pa praninë e pjesëmarrësve të tjerë të tretë apo pa praninë e publikut. Përgjithësisht këto takime janë rutinë dhe nuk bëhen domosdoshmërisht publike. Pra, në këto raste nuk është e nevojshme të ftoni median të jetë prezent për të pasqyruar këtë takim. Ju nuk bëni postime zyrtare në rrjetet sociale për këto takime apo mbledhje.

Në raste të tjera, ju do të organizoni takime të hapura, pra takime me pjesëmarrjen e loAFP-së, biznesit apo rrjetit të bizneseve partnere si edhe palë të tjera të interesuara dhe publiku i gjerë. Këto aktivitete mund të jenë:

- trajnime të stafit
- lançimi i praktikave të nxënësve apo kursantëve
- diplomimi apo certifikimi i nxënësve apo kursantëve
- tryezë e përbashkët diskutimi
- seminar apo punëtori me një objektiv specifik
- panair pune në shkollë ku kompanitë vijnë dhe ofrojnë mundësitë për punësim ose praktika
- ditë të hapura në shkollë që nxënësit të njihen me kompanitë dhe anasjellas
- aktivitete sportive ose kulturore dhe pritje të caktuara
- mbledhje të hapura me prindër e nxënës dhe komunitetin
- konsultime apo tryeza diskutimi me aktorë të tjerë si shoqëria civile etj.

Dukshmëria e këtyre aktiviteteve është një dimension me rëndësi. Kjo dukshmëri realizohet përmes shpërndarjes së informacionit dhe komunikimit të rezultatit të aktivitetit sikurse tregohet në *Shtojca 11 - Dukshmëria dhe promovimi i marrëdhënieve me rrjetin e bizneseve partnere*

Krahas dukshmërisë, për realizimin e aktiviteteve ju duhet të keni parasysh disa elementë:

⇒ Përpara aktivitetit / ngjarjes

Detyrat për të gjithë organizuesit

- dakordëso me shkollën dhe biznesin duke respektuar hierarkinë përkatëse planin final për aktivitetin duke përfshirë ftesat dhe programin
- dakordësoni si do të ndahen kostot për realizimin e aktivitetit
- rikonfirmoni edhe njëherë folësit dhe moderatorin
- përcaktimi dhe rezervimi i vendndodhjes dhe logjistika e lidhur si pushimi i kafesë, dreka, projektori, audio e pajisje të tjera të nevojshme në varësi të aktivitetit
- printimi i materialeve të nevojshme si p.sh programi, list prezencë apo materiale të tjera të dobishme për pjesëmarrësit ose promovuese për AFP-biznes
- rezervimi i shërbimit fotografi dhe video për pasqyrimin e aktivitetit
- një plan i aktivitetit dhe parashiko rreziqe të mundshme dhe si mund të menaxhohen;
- dërgoni në kohë ftesat dhe programin tek të ftuarit;

- publikoni në rrjetet sociale dhe faqet zyrtare online programin dhe ftesat
- njoftoni mediat

⇒ Gjatë aktivitetit

- vendosni një tavolinë pritëse për regjistrimin e pjesëmarrësve dhe dhënien e informacionit të dobishëm
- printoni dhe vendosni disa list prezencat dhe stilolapsa që mos të krijohet radhë e panevojshme tek regjistrimi
- nëse keni 'name badges', pra etiketat me emrat e pjesëmarrësve, renditini sipas alfabetit
- vendosni ujë për folësit dhe etiketat me emrat e tyre në tavolinën apo vendin ku do të flasin
- siguroni që mikrofonat, laptopi, projektori dhe pajisje të tjera që ju nevojiten funksionojnë
- siguroni që energjia, uji, kondicionerët e tjerë shërbime të tilla bazë janë në rregull
- siguroni që elementet e dukshmërisë dhe promovimit janë aty: banderola, postera, roll up etj. sipas rastit
- siguroni që dikush të qëndrojë gjithmonë në gatishmëri për të vepruar nëse nevojitet gjësendi nga folësit apo pjesëmarrësit
- jini të vëmendshëm gjatë gjithë aktivitetit.

⇒ Pas aktivitetit

- dokumentoni aktivitetin:
 - list prezencat janë të plotësuara, skanuara dhe të ruajtura
 - fotografitë apo videot
 - përmbledhje me shkrim e aktivitetit dhe përfundimeve të arritura
- promovoni aktivitetin përmes komunikimit në:
 - rrjetet sociale online
 - faqet zyrtare online
 - mediat tradicionale dhe online
- dërgoni një email falenderues tek të gjithë pjesëmarrësit dhe bashkëlidhni prezantime apo materiale të tjera nga folësit nëse është e nevojshme
- bëni një takim reflektimi me partnerin tuaj në biznes apo organizatorët e tjerë dhe mendoni për aktivitetin e radhës: mësimet e nxjerra
- siguroni që keni marrë të gjitha faturat dhe janë shlyer shpenzimet sipas dakordësisë.

Shtojca 8 - Model programi për aktivitet me partnerët e biznesit

Projekti 'Aftësi për Punë' - Tryeza vendore e dialogut për zhvillimin e aftësive: Industria e Hoteleri-Turizëm në qarkun e Shkodrës

Data: 15/10/2019

Vendi: Hotel "Colosseo", Shkodër

Ora: 10:00-12:00

Programi i detajuar

09:45 – 10:00	Regjistrimi & kafe
10:05 – 10:20	Fjala e mirëseardhjes dhe prezantimi i qëllimit të tryezave vendore të dialogut <i>Moderator: Z. Admir Meko, S4J</i>
10:20 – 10:25	Ekspozimi ndaj Katalogut të ofertës në rajon Marrja e informacionit bazë nga kompanitë
10:25 – 11:15	Prezantim nga përfaqësues të zyrës rajonale të punës Vendet vakante dhe kandidatët potencialë nga industria e Hoteleri-Turizmit
11:15 – 11:50	Diskutim mbi situatën aktuale dhe potencialin për rritje në nivel kompanie Diskutim mbi artikullimin e nevojave për aftësi në nivel kompanie
11:50 – 12:00	Diskutim mbi adresimin e nevojave për aftësi dhe mundësitë e bashkëpunimit me ofruesit
11:50 – 12:00	Mbyllja e takimit dhe hapat e mëtejshëm

Shtojca 9 - Model list prezenca për aktivitet me partnerët e biznesit

Projekti “Aftësi për Punë” - Tryeza vendore e dialogut për zhvillimin e aftësive: Industria e Hoteleri-Turizëm në qarkun e Shkodrës

Data: 15/10/2019

Vendi: Hotel “Colosseo”, Shkodër

Ora: 10:00-12:00

List prezenca

Nr.	Emri Mbiemri	Institucioni	Email	Telefon	Nënshkrimi*

**Fotot dhe videot gjatë takimit do të përdoren për arsye dukshmërie dhe promovimi në rrjetet sociale, website dhe media.*

Shtojca 10 – Këshilla për përgatitjen e një prezantim tip për shkollën

Ju mund t'ju duhet që të realizoni një prezantim të shkurtër të shkollës suaj në takimin e parë me biznesin apo në aktivitete të tjera në mënyrë që audienca të njihet me institucionin tuaj. Është e mirë që ta keni gati një prezantim tipik dhe e përditësoni herë pas here. Ky prezantim duhet të jetë i konsultuar dhe i dakordësuar me NJZH dhe drejtuesit e shkollës pasi është mirë që shkolla të prezantohet njëzëri dhe në mënyrë të unifikuar.

Ja disa sugjerime që duhet të mbani parasysh:

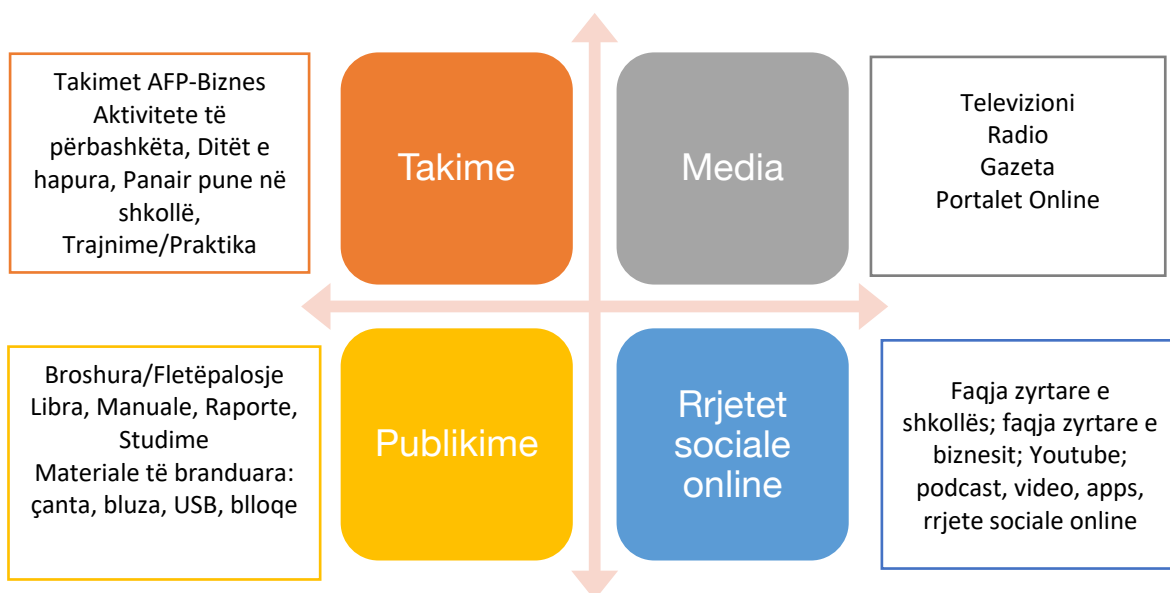
- Realizoni një prezantim në PowerPoint Presentation (PPT);
- Prezantimi duhet të jetë i përmbledhur, jo shumë i gjatë, i qartë dhe i thjeshtë;
- Ndiqni një strukturë logjike nga hyrja në përfundim që audienca të kuptoj hap pas hapi prezantimin;
- Përdorni vizualizime për ta bërë më tërheqës;
- Përdorni të dhëna konkrete aty ku mundeni p.sh. numri i nxënësve, numri i bizneseve partnere etj.;
- Mos e mbushni prezantimin me shumë tekst, përdorni fjalët kyçe. Ju mund të mbani shënimet tuaja për të shpjeguar më tej gjatë fjalës suaj;
- Vendosni logon e shkollës suaj;
- Vendosni kontaktet tuaja në fund dhe faqen zyrtare online të shkollës;
- Falenderoni audiençën në fund dhe i ftoni për pyetje/komente;
- Hartoni një 'slide' për çdo ide / argument që po paraqisni;
- Përpiquni t'i jepni përgjigje këtyre pyetjeve gjatë prezantimit;
 - Kush jeni ju? Cilën shkollë përfaqësoni? Cili është funksioni juaj?
 - Cili është qëllimi i prezantimit?
 - Profili i shkollës suaj dhe historiku – shumë shkurt
 - Cili është misioni dhe vizioni i shkollës? Po prioritetet strategjike?
 - Çfarë programesh apo kursesh ofroni?
 - Sa nxënës / kursantë keni? Sa mësues apo instruktor?
 - Çfarë ofron tjetër shkolla për nxënësit, prindërit, komunitetin, mësuesit?
 - A ka bashkëpunime të tjera? Në çfarë fushe? Me cilët institucione? Shpjegoni shkurtimisht
 - Përse jeni të interesuar për këtë bashkëpunim? Çfarë mund të ofroni? Çfarë konkretisht po kërkon të realizoni?
 - Cilat janë avantazhet tuaja? Po pikat e dobëta?
 - Cili është propozimi juaj?

Shtojca 11 - Dukshmëria dhe promovimi i marrëdhënieve me rrjetin e bizneseve partnere

Shpërndarja e informacionit dhe komunikimi i rezultateve të bashkëpunimit me bizneset janë instrumente të dobishëm për të siguruar qëndrueshmëri dhe zgjerim të rrjetit të bizneseve. Është e rëndësishme që ju të dakordoni me partnerin tuaj në biznes sesi do të realizoni dukshmërinë e marrëdhënies suaj përmes shpërndarjes së informacionit dhe komunikimit të aktiviteteve dhe rezultateve konkrete.

Për të arritur sa më shumë njerëz, është e rëndësishme që të përshtatet mesazhi me audiencat e synuara dhe mediumin e komunikimit që do të përdoret. Ka shumë mënyra dhe medime për të promovuar bashkëpunimin. Ju duhet të jeni kreativ dhe të përkushtuar si edhe të mësoni nga shembujt e projekteve apo përvojave të tjera të institucionit tuaj e më gjerë.¹³

Figura 24: Mediumet e komunikimit për promovimin e marrëdhënies me bizneset



Gjithashtu, bizneset partnere kanë disa pritshmëri sa i takon dukshmërisë, sidomos në rastin e sponsorizimit:

- ⇒ Logoja e kompanisë në faqen e internetit të shkollës, me një link me faqen e internetit të kompanisë ose me mediat sociale;
 - Diferencimi i sponsorëve sipas nivelit të sponsorizimit (p.sh Partneri i Artë, i Argjenditë, etj.)
 - Logoja e kompanisë në kanalet e mediave sociale të shkollës (Facebook, Instagram, LinkedIn);
 - Ndarja e statusit, linqeve me të tjerët, promovimi i markës
- ⇒ Historia e sponsorizimit (prodhuar nga specialistët e komunikimit ose nga kompania dhe e postuar në faqen e internetit të shkollës dhe / ose kanalet e mediave sociale);-

¹³ Udhëzuesi "Menaxhimi i Projekteve në arsimin dhe formimin profesional", Projekti "Aftësi për Punë", (prill 2020)

- ⇒ Hapësirë e posaçme për të vendosur lloje të ndryshme të banderolës së kompanisë (roll-up, banner);
- ⇒ Vënia e emrit të kompanisë në klase ose një laborator;
- ⇒ Aktivitetet publike të organizuara nga shkolla - dhe më e rëndësishmja, me praninë e mediave:
 - Të ftohet stafi / klientët e rëndësishëm në aktivitete të rëndësishme;
 - T'i jepet mundësia për të folur në emër të kompanisë para audiencës;
 - Të përmendet kontributi i kompanisë para audiencës.
- ⇒ Aktivitetet publike me praninë e përfaqësuesve të rëndësishëm të biznesit dhe të politikëbërësve:
 - Të ulen në krah të një partneri të mundshëm biznesi;
 - Të qëndrojnë në këmbë/ ulen pranë një figurë të rëndësishme (për të siguruar vizibilitet në media);
 - Të mbajnë fjalim në aktivitet.
- ⇒ Kompanitë organizojnë aktivitetet e tyre në mjediset e shkollës (p.sh prezantimin e produkteve të reja, aktivitetet sportive, pritjet);
- ⇒ Partner zyrtar institucional për vitin / për ngjarje të veçanta kombëtare ku merr pjesë shkolla;
- ⇒ Përmendja në buletinet periodike, duke përfshirë logon, linkun në internet;
- ⇒ Prania e logos në Katalogun Vjetor të institucionit;
- ⇒ Prania e logos në dosje, materiale promociionale, çanta;
- ⇒ Nxënësit e TI-së mund të sigurojnë mirëmbajtjen e faqes së internetit të kompanisë;
- ⇒ Prodhimi i logos në materiale të ndryshme.¹⁴

¹⁴Udhëzuesi "Sponsorizimi i arsimit profesional: Një alternativë për financimin e shkollave profesionale në Shqipëri", 2017, Projekti "Aftësi për Punë".

Shtojca 12 - Elementet kryesore të marketingut të shkollës suaj

Në krijimin dhe menaxhimin e marrëdhënieve me partnerët në biznes një rol të rëndësishëm luan edhe marketingu i shkollës. Ky funksion si pjesë e Njësisë së Zhvillimit mbulohet nga Koordinatorin për Marketingun Institucional. Megjithatë puna juaj si Koordinator për Marrëdhëniet me Biznesin është e ndërlidhur edhe me atë të marketingut. Më shumë informacion dhe udhëzime për marketingun institucional gjenden në *Udhëzuesin për Marketingun Institucional* të zhvilluar nga Projekti “Aftësi për Punë”. Më poshtë paraqiten vetëm disa elementë për tu mbajtur në konsideratë.

➤ Analiza e situatës

Është e rëndësishme të keni një kuptueshmëri të mirë të zhvillimeve të biznesit në rajonin tuaj dhe të karakteristikave të tyre përpara se të zhvilloni një fushatë marketingu apo forma të tjera të komunikimit me ta.

➤ Përcaktimi i objektivave

Vendosni disa objektiva specifike, të matshëm dhe të arritshëm për fushatën e marketingut të drejtuar kah bizneseve në rajonin tuaj.

➤ Identifikimi i audiencës së synuar

Pasi të keni të qartë situatën dhe çfarë doni të arrini, duhet përcaktuar audiencia juaj: p.sh do i drejtoheni me fushatën e marketingut të gjithë bizneseve në rajonin tuaj, apo vetëm atyre që lidhen drejt për drejtë me programet e shkollës suaj; do i drejtoheni vetëm bizneseve në rajon, apo do tërhiqni vëmendjen edhe të bizneseve kombëtare.

➤ Përzgjedhja e kanaleve të komunikimit

Në bashkëpunimin me Koordinatorin e Marketingut Institucional ju mund të vendosni për kanalet e komunikimit për marketingun e drejtuar kah bizneseve. Ju mund të përzgjidhni vetëm mediat sociale online, ose komunikimin masiv si p.sh bashkëpunimi me mediat lokale, ose mund të bëni një ndërthurje të kanaleve të komunikimit.

➤ Përmbajtja e komunikimit

Përcaktoni mesazhin që do të përcillni. Ai duhet të jetë i qartë, i kuptueshëm e tërheqës, dhe duhet të përshtatet me audiencën e synuar. Përgatitja e profilit të shkollës suaj është hapi i parë dhe shumë i rëndësishëm në përmbajtjen e komunikimit tuaj me bizneset.

➤ Zbatimi dhe vlerësimi i fushatës së marketingut

Është e rëndësishme që të vlerësohet fushata e marketingut për të parë nëse ka arritur objektivat e synuara apo cilat kanale komunikimi, cilat mesazhe dhe cilat forma kanë pasur më shumë rezultat. Kjo realizohet në bashkëpunim me Koordinatorin e Marketingut Institucional.