



Shpërndarja e Planit

TABELA E PËRMBAJTJES

TABELA E PËRMBAJTJES	2
PARTNERËT	6
1 QËLLIMET DHE OBJEKTIVAT	9
2 QASJA	9
3 GRUPE TË SYNUARA	10
3.1 GRUPET E SYNUARA	10
3.2 GRUPET E SYNUARA AFATGJATA	11
3.3 PUBLIKU I GJERË	11
3.4 DREJTORIA E KONTAKTEVE	11
3.5 SHËRBIMI I SHËRBYTIT DHE ZYRA E KOMUNIKIMIT	11
4 AFATET	12
5 FLETË	PËR
SHPËRNDARJE	13
6 AKTIVITETE DHE REZULTATE	14
7 BUXHETI (SI NË PROPOZIM)	16
8 AKTIVITETI DHE REZULTATET	17
8.1 BROSHURA VIRTUALE – (DETYRA 5-4 - DEL 5.4)	17
8.1.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	17
8.1.2 B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	17
8.1.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	17
8.1.4 D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	17
8.1.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	17
8.1.6 F) përhapja operative e rezultatit	17
8.1.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes.	18
8.1.8 Dispozitat dhe burimet buxhetore	18
8.2 TRAJNIM VIRTUAL – BROSHURA PROFILI (DETYRA 5-4)	19
8.2.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	19
8.2.2 B) përkufizimi i formatit të dorëzimit	19
8.2.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	19
8.2.4 D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	19
8.2.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	19
8.2.6 F) shpërndarja operative e rezultatit	19
8.2.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes.	19

8.2.8	Dispozitat dhe burimet buxhetore	20
8.3	FLETËPALOSJE VIRTUALE E PREZANTIMIT TË PROJEKTIT (DETYRA 5.4)	21
8.3.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	21
8.3.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	21
8.3.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	21
8.3.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	21
8.3.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	21
8.3.6	F) shpërndarja operative e rezultatit	21
8.3.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	21
8.3.8	Dispozitat dhe burimet buxhetore	21
8.4	POSTER VIRTUAL (DETYRA 5.4)	23
8.4.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	23
8.4.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	23
8.4.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	23
8.4.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	23
8.4.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	23
8.4.6	F) shpërndarja operative e rezultatit	23
8.4.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	24
8.4.8	Dispozitat buxhetore	24
8.5	BULETINE [DETYRA 5.4]	25
8.5.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	25
8.5.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	25
8.5.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	25
8.5.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	25
8.5.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	25
8.5.6	F) përhapja operative e rezultatit	25
8.5.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	25
8.5.8	Dispozitat e buxhetit	26
8.6	FAQJA E INTERNETIT E PROJEKTIT [DETYRA 5.3 – DEL 5.3]	26
8.6.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	26
8.6.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	26
8.6.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	26
8.6.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve/rezultateve	27
8.6.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	27
8.6.6	F) shpërndarja operative e rezultatit	27
8.6.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	27
8.6.8	Dispozitat e buxhetit	27
8.7	VIDEOKLIPE [NUK KA NDONJË PRODUKT SPECIFIK, POR PËRMENDET NË PËRSHKRIM]	28
8.7.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	28

8.7.1.1	intervista dhe prezantime video	28
8.7.1.2	video edukative	28
8.7.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	28
8.7.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	28
8.7.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve/rezultateve	28
8.7.4.1	video (format elektronik)	29
8.7.4.2	video (format DVD)	29
8.7.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	29
8.7.6	F) shpërndarja operative e rezultatit	29
8.7.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	29
8.7.8	Dispozitat e buxhetit	29
8.8	MEDIAT SOCIALE DHE BLOGET	31
8.8.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	31
8.8.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	31
8.8.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	32
8.8.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	32
8.8.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	32
8.8.6	F) shpërndarja operative e rezultatit/produkteve	32
8.8.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	32
8.8.8	Dispozitat e buxhetit	32
8.9	PUNËTORI PËR SHPËRNDARJEN E REZULTATEVE – TAKIM PERSONAL I DREJTPËRDREJTË [PA REZULTAT SPECIFIK, POR I PËRSHKRUAR NË SEKSIONIN 3.2]	33
8.9.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	33
8.9.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	33
8.9.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	33
8.9.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	33
8.9.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	33
8.9.6	F) shpërndarja operative e rezultatit	33
8.9.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	34
8.9.8	Dispozitat e buxhetit	34
8.10	SEMINARI PËRFUNDIMTAR [DETYRA 5.5]	35
8.10.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	35
8.10.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	35
8.10.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	35
8.10.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	35
8.10.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	35
8.10.6	F) promovimi operativ dhe përhapja e rezultatit	36
8.10.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	36
8.10.8	Dispozitat e buxhetit	36
8.11	KOMUNIKATA PËR SHTYP (DETYRA 5.4)	37
8.11.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	37

8.11.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	37
8.11.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	37
8.11.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	37
8.11.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	37
8.11.6	F) përhapja operative e rezultatit	37
8.11.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes	37
8.11.8	Dispozitat e buxhetit	37
8.12	IDENTITETI I KORPORATËS I PROJEKTIT – (DETYRA 5-4 - DEL 5.2)	39
8.12.1	A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes	39
8.12.2	B) përkufizimi i formateve të dorëzueshme	39
8.12.3	C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike	39
8.12.4	D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve	39
8.12.5	E) identifikimi i mediave të përshtatshme për përhapje	39
8.12.6	F) përhapja operative e rezultatit	39
8.12.7	G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes.	39
8.12.8	Dispozitat dhe burimet buxhetore	39
9	RAPORT I AKTIVITETEVE TË PROMOVIMIT DHE SHPËRNDARJES	40
9.1	FLETË SHPËRNDARJEJE	41
10	EMRA PËRDORUESI DHE FJALËKALIM	42
11	SHTOJCAT	43
11.1	TEKSTI I BROSURËS	44
11.2	LOGOJA E PROJEKTIT	45

PARTNERËT

TUCEP - Që nga viti 2003, TUCEP është një **ofrues i akredituar i trajnimit dhe arsimit** nga Rajoni i Umbrias për të ofruar aktivitete trajnimi të larta, të të nxëniet gjatë gjithë jetës, IVET dhe CVET, duke përfshirë ato të dhuruara nga Fondi Social Evropian. Që nga viti 2011, TUCEP ka marrë pjesë në projekte transnacionale, duke përfshirë aktivitete të dhuruara nga fondet e Bashkimit Evropian. Në të dy sektorët, TUCEP ka përvojë dhe po zbaton aktivitete dhe rrjete në fusha të ndryshme. Në fushën e AFP-së, TUCEP sjell përvojën dhe vlerën e shtuar për rritjen e ndërgjegjësimit dhe kontributin në zhvillimin e kapitalit njerëzor, përmes përmirësimit të aftësive dhe rikualifikimit të punonjësve midis kompanive evropiane (duke përfshirë mikrokompanitë dhe ndërmarrjet e vogla dhe të mesme), profesionistëve dhe ofruesve të AFP-së rreth temave specifike.

ARTES - Artes srl është një kompani e lindur në vitin 2008. Gjatë këtyre viteve ka zhvilluar kompetenca për të vepruar në fushat e mëposhtme: shërbime të kërkimit socio-ekonomik për prodhimin e zhvillimit territorial dhe për hetime mbi sistemet profesionale; analizë e sistemit të profesioneve dhe e kompetencave profesionale, e sistemeve formuese dhe e arsimit, e nevojave formuese dhe profesionale për sektorin publik dhe privat për përcaktimin e strategjive dhe linjat e ndërhyrjes së arsimit profesional për mbështetjen e zhvillimit territorial dhe tregut të punës; analizë dhe konsulencë për organizimin/riorganizimin e sistemeve të arsimit profesional (në nivel qendror dhe periferik); shërbime relevante për planifikimin, projektimin dhe realizimin e të gjitha fazave të zinxhirit të arsimit profesional: analizë e nevojave arsimore dhe profesionale, projektim i përafërt dhe projektim i ekzekutimit të kurseve, monitorimi i aktiviteteve edukative, vlerësimi përfundimtar; organizimi, monitorimi dhe mësimdhënia e fazave edukative; prodhimi dhe realizimi i planeve të marketingut, planeve të zhvillimit, planeve komerciale, komunikimit dhe promovimit për entitetet publike dhe sektorin privat me një specializim të madh në fushën e turizmit; analiza e fizibilitetit për realizimin e investimeve në sektorin turistik (mikpritje dhe restorante).

Që nga viti 2009, Artes është një entitet i akredituar për arsimin profesional në Rajonin e Umbrianit.

Artes bashkëpunon me Sindikatat dhe Shoqatat e Biznesit në nivel kombëtar dhe ka kryer punime të rëndësishme kërkimore për Fondet Ndërpjesonale (FORTE, FONTER, etj.), Agjencitë Dypalëshe (EBIT, EBIPRO) dhe Institutet Publike të Kërkimit (INAPP). Kompania ka dy administratorë që janë gjithashtu stafi i saj operativ, menaxhues dhe kërkimor.

CEFE - Organizata u formua fillimisht nga trajnerët e CEFE-së, të cilët u takuan dhe morën pjesë në Trajnimin e Trajnerëve CEFE në vitin 1997 në Maqedoni. Motivimi kryesor i formimit të kësaj shoqate qytetarësh ishte/është promovimi i mendësisë dhe frymës sipërmarrëse. **CEFE Macedonia u themelua zyrtarisht në vitin 2008 në Shkup**, Maqedoni, si një organizatë jofitimprurëse dhe jopartiake. Misioni: të rrisë kompetencat e biznesit të aktorëve ekonomikë në shoqëri. Vizioni: të rrisë kulturën sipërmarrëse dhe të rrisë punësimin. CEFE Macedonia ka nënshkruar Memorandum

Mirëkuptimi dhe bashkëpunimi me CEFE International www.cefe.net dhe është pjesë e Rrjetit global CEFE të prezantuar në 100 vende.

UNIVERSITETI EUROPIAN I TIRANËS (SHQIPËRI) – Universiteti European i Tiranës është një universitet dhe Qendër kërkimore kryesore në Shqipëri, e themeluar në përputhje të plotë me kriteret e Kartës së Bolonjës, duke përfshirë programe studimi në të tre nivelet e studimit: BA; MA dhe Doktoratë. UET angazhohet në mësimdhënie dhe kërkime me cilësi të lartë, si dhe në programe shkëmbimi dhe projekte për ndërtimin e kapaciteteve me partnerë vendas dhe ndërkombëtarë.

UET ka aksesuar donatorë të tjerë ndërkombëtarë dhe kombëtarë, konkretisht për projekte që lidhen me shkencat sociale dhe politike, siç është **Fondi i Vishegradit “Mësimet e nxjerra nga vendet e Vishegradit mbi politikën e BE-së”**. Në përputhje me strategjinë e tij të ndërkombëtarizimit, UET u sjell studentëve dhe stafit të tij praktikën më të përditësuar të BE-së dhe përmirëson një qasje peer-to-peer, siç është kursi i trajnimit “Konflikti Kombëtar në Ballkan”, i zhvilluar nga studentët e Universitetit të Sorbonës, Francë, në kuadër të projektit “Perspektivë më e Gjerë”. Universiteti European i Tiranës është veçanërisht i interesuar në ndërkombëtarizimin e programeve të tij të studimit dhe për këtë arsye kërkon të ndërtojë partneritet të suksesshëm me institucione të tjera në rajon, në Evropë dhe tani edhe në SHBA, Australi dhe Kinë.

UET ka krijuar rrjetin Next Europe, i cili bashkon universitetet kryesore në Ballkanin Perëndimor dhe qendrat kërkimore në Evropë (LSEE, UCL SSEES, EUI, CEU, Sciences Po etj.) me ekspertizë kërkimore dhe interes në Shqipëri dhe Evropën Juglindore.

Aktualisht, ne jemi pjesë edhe e Programit të Bursave të Mësimdhënies GTFP-Global me CEU-në, një program shkëmbimi për të diplomuarit e fundit me doktoraturë nga CEU, të cilët mund të japin mësim në UET për një vit. UET i kushton rëndësi komunikimit të tij strategjik, dukshmërisë së veprimeve, shpërndarjes së informacionit, ndarjes së njohurive dhe shkëmbimit të përvojave dhe njohurive.

UET është pjesë e **Kartës Evropiane për Hulumtuesit** dhe ka filluar të punojë në këtë drejtim duke marrë certifikimin HR Excellence in Research të Komisionit Evropian (<http://uet.edu.al/images/pdf/UET-2018-projects.pdf>). Që nga viti 2018, UET ofron kurse të reja profesionale të përshtatura për të përmbushur nevojat e tregjeve të punës dhe profesionistëve të ardhshëm.

UET promovon çështje të tilla si barazia gjinore dhe përfshirja sociale, duke ofruar mbështetje për njerëzit në disavantazh socioekonomik dhe duke inkurajuar pjesëmarrjen aktive të personave me aftësi të kufizuara në komunitet.

Në projektet e tij të mëparshme, UET ka ofruar shërbime të ndryshme duke përfshirë programe trajnimi/këshillimi/mentorimi, organizim konferencash dhe ngjarjesh të ngjashme, module të arsimit profesional, shërbime kërkimore dhe botuese (manualë, manuale, raporte, recensione, etj.), inkubator dhe programe sipërmarrësie, etj.

UET po zbaton aktualisht **Projektin VTECH**, në kuadër të të cilit është krijuar një **Laborator i Realitetit Virtual dhe Realitetit të Shtuar**. Ky projekt është plotësues i VTECH, duke i vënë në fokus programet e VET. Partneri ka marrë pjesë në studime dhe kërkime sektoriale si " **Qasje Inovative për Ndërmarrjet Turistike në Shqipëri** ".

UBT (KOSOVË) kishte krijuar Qendrën e Ekspertizës për Mikpritje dhe Turizëm (CoE H&T) me qëllim ndërtimin e kapaciteteve dhe rritjen e punësimit të fuqisë punëtore brenda sektorit privat, me një fokus të veçantë tek të rinjtë dhe barazia gjinore, me qëllim plotësimin e boshllëkut në mungesën e stafit të kualifikuar në sektorin e Mikpritjes dhe Turizmit.

Kjo ka qenë një ambicie e UBT-së që kur angazhoi për herë të parë Ekspertët e Lartë të PUM Holandës në shkurt 2013 për të kryer një studim fizibiliteti për potencialin e një qendre të tillë në Kosovë dhe u identifikua nevoja për profesionistë më të kualifikuar në H&T. Për këtë qëllim, UBT po krijon dhe do të presë **Shkollën e Hotelerisë H&T të CoE-së në Kampusin e Inovacionit në Lipjan**, me ambiente për të akomoduar mysafirët (dhoma hoteli), restorante për mysafirët dhe stafin, si dhe për studentët (dy restorante), zonë pritjeje në zyrën e përparme dhe të pasme, dhe një zonë Wellness me pishinë të brendshme.

Angazhimi i industrisë, i kompanive aktuale të mikpritjes, është thelbësor dhe për këtë qëllim, Shkolla e Hotelerisë H&T e CoE ka krijuar një grup pune me përfaqësues të industrisë për të siguruar pjesëmarrjen aktive të sektorit. Ky koncept shkon përtej modeleve ekzistuese dhe të aplikuara të trajnimit për mikpritje dhe turizëm në Kosovë. Shkolla e Hotelerisë H&T e CoE qëndron të jetë në ballë/model në trajnimin H&T jo vetëm në Kosovë, por në të gjithë rajonin. Shkolla e Hotelerisë H&T e CoE do të ofrojë certifikatë dhe diplomë kompetence në nivel, si dhe kurse (të shkurtra) të drejtuara nga kërkesa. Do të zhvillohet një sistem njohjeje i të nxënësve paraprak (RPL ose APL) për të lehtësuar programe kompetence të përshtatura për ata me përvojë pune specifike, por pa një certifikim formal (të nënkualifikuar). Të gjitha kapacitetet do të zhvillohen bazuar në standardet ndërkombëtare, siç zbatohen nga ofruesit e shërbimeve ndërkombëtare të mikpritjes së nivelit të lartë dhe siç kërkohet nga kompanitë ndërkombëtare dhe, më e rëndësishmja, mysafirët ndërkombëtarë.

KOLEGJI PROFESIONAL I TIRANËS (AL) - Kolegji Profesional i Tiranës u krijua në vitin 2015 si një risi e veçantë në fushën e arsimit të lartë. Kolegji Profesional i Tiranës ofron programe studimi profesionale të akredituara, me kohë të plotë, që zgjasin 2 vjet me 120 kredite. Profesione të kanë shkallën më të lartë të punësimit janë ato që CPT u ofron studentëve: disa vite në treg, akreditim ndërkombëtar, qindra të diplomuar, shkallë e lartë punësimi, stafi më i mirë, metoda moderne mësimdhënieje të kombinuara me praktikën, fitues në disa projekte ndërkombëtare. CPT është akredituar si institucion i arsimit të lartë nga ASCAL në bashkëpunim me Agjencinë e Sigurimit të Cilësisë për Arsimin e Lartë në Mbretërinë e Bashkuar. Ai përfshin DEPARTAMENTIN E TEKNOLOGJISË SË INFORMACIONIT: Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit / Elektronika / Baza e të Dhënave dhe Dizajni i Uebit.

1 QËLLIMET DHE OBJEKTIVAT

Plani i Shpërndarjes është një pjesë e rëndësishme dhe integrale e projektit. Qëllimet kryesore të Planit VIRTUAL të Shpërndarjes janë:

- të krijojë një vizion të përbashkët dhe t'i atribuojë projektit një identitet specifik, duke i bërë aktivitetet e tij të dukshme;
- të arrijë dhe të përfshijë në mënyrë aktive në aktivitetet e projektit grupet e synuara, palët e interesuara dhe publikun e gjerë;
- për të promovuar në mënyrë efektive qëllimet dhe objektivat e projektit;
- për të siguruar ndikimin më të mirë në aktivitetet e projektit duke shumëzuar efektet dhe rezultatet e tyre.

Të gjithë partnerët janë të angazhuar si në planifikimin ashtu edhe në zbatimin e aktiviteteve.

Objektivat kryesore specifike të Planit të Promovimit dhe Shpërndarjes VIRTUALE janë:

- të përhapë tek audienca më e gjerë e mundshme dramat kolektive polivokale të porositura që janë një nga produktet më të rëndësishme të projektit;
- të rrisë rrjetëzimin dhe shkëmbimin e përvojave midis dramaturgëve, aktorëve dhe artistëve që punojnë në sektorin e teatrit;
- për të siguruar një pjesëmarrje të gjerë në konkursin e dramaturgëve të rinj të promovuar nga
- të arrijë dhe të përfshijë tipologjitë e ndryshme të grupeve të synuara, në audienca të veçanta, në aktivitetet krijuese dhe kulturore të projektit, duke arritur objektivat cilësore dhe sasiore siç përcaktohen në propozim;
- për të siguruar pjesëmarrjen e përfaqësuesve të institucioneve dhe palëve të interesuara në Grupe Fokusi, takime dhe punëtori.
- të organizojë punëtori me pjesëmarrje, takime edukative, shfaqje pune, grupe fokusi, duke rritur shkëmbimin e përvojave shembullore dhe transferimin e praktikave më të mira;
- të organizohet një konferencë përfundimtare me pjesëmarrje të mirë;
- të zhvillojë një aktivitet efektiv online përmes faqes së internetit të projektit dhe mjeteve të tjera online (YouTube, faqe interneti) dhe rrjeteve sociale (Facebook, etj.);

2 QASJE

Për të forcuar atraktivitetin, një sistem shpërndarjeje duhet të jetë i orientuar drejt nevojave të përdoruesit, duke përfshirë llojet dhe nivelet e informacionit të nevojshëm në metodat dhe gjuhët e preferuara nga përdoruesi. Arsyeja pse shpërndarja është kaq e rëndësishme është se krijon ndërgjegjësim rreth projektit në mënyrë që të jetë i suksesshëm dhe i qëndrueshëm.

Aktivitetet e shpërndarjes duhet të jenë:

- **i orientuar drejt përdoruesit**, duke përfshirë llojet dhe nivelet e informacionit të nevojshëm në format dhe gjuhët e preferuara nga përdoruesit;

- **të planifikuara** , me një plan pune të qartë dhe specifik;
- **të matshme** , të përfshijnë mekanizma efektivë të kontrollit të cilësisë për të siguruar që informacioni është i saktë, relevant dhe përfaqësues, i shpërndarë në mënyrë efektive;
- **strukturuar** , me një përkufizim të qartë të përmbajtjes, instrumentit dhe aktivitetit (për shembull: teksti i broshurës, paraqitja e broshurës, kopjet, metoda e shpërndarjes dhe planifikimi).

3 GRUPI I SYNUAR

Grupet e synuara të shpërndarjes janë a) grupet e synuara afatshkurtra të projektit siç përcaktohen në propozim, b) grupet e synuara afatgjata, c) publiku i gjerë.

Grupet e synuara të shpërndarjes duhet të arrihen dhe të përfshihen në aktivitetet e projektit sipas planit, duke zhvilluar veprime të përshtatshme dhe duke përdorur instrumentet dhe mjetet e ofruara.

3.1 Grupet e Synuara

Grupi i synuar, i përfshirë drejtpërdrejt dhe tërthorazi në projektin VIRTUAL, është si më poshtë:

1. Audiencë e Specializuar : kjo audiencë përbëhet nga njerëz të prekur drejtpërdrejt nga rezultatet dhe rezultatet e projektit në punën, studimin, kërkimet e tyre etj. Kjo audiencë e synuar mund të ndahet më tej në disa kategori:

1.1 Studentë/studentë të ardhshëm të AFP-së

1.2 Mësues të AFP-së

1.3 Institucionet e AFP-së

1.4 Komuniteti i kërkimit , i cili mund të përfitojë nga projekti **VIRTU.AL.**, mësimet e nxjerra dhe gjetjet në fusha kërkimore të ngjashme ose plotësuese.

1.5 Vendimmarrësit : ata janë përgjegjës për planifikimin dhe administrimin e arsimit dhe trajnimit profesional. Kjo kategori përfshin: Ministrinë kombëtare dhe rajonale të arsimit; Agjencitë arsimore; Organet administrative federale dhe lokale.

1.6 Ndërmarrjet dhe shoqatat e ndërmarrjeve (shoqatat e punëdhënësve, por edhe konsorciumet e bizneseve)

2. Publiku i Gjerë : ky grup përfshin njerëz/grupe të interesuar për temën në përgjithësi. Audiencia me këtë nivel interesi pranon rëndësinë e temave të trajtuara brenda projektit dhe përfitimet që mund të rrjedhin nga aktivitetet e projektit, edhe nëse nuk është e përfshirë kryesisht në aktivitete të arsimit profesional që lidhen me temën. Kjo audiencë kërkon informacion të qartë, të dobishëm dhe jo-teknik: faqja e internetit e projektit dhe broshurat janë zakonisht burimi kryesor i informacionit për këtë audiencë.

Treguesi KPI: numri i pritur i njësive të Grupeve të Synuara të arritura dhe të përfshira në aktivitetet e projektit (dispozitë) – masa të brendshme

Partnerët	TG 1.1	TG 1.2	TG 1.3	TG 1.4	TG 1.5	TG 1.5
TUCEP						
ARTES						
CEFE						
PC TIRANË						
UNIV. BE.						

UBT						
-----	--	--	--	--	--	--

Për raport: a) numri i deklaruar , b) numër me prova indirekte (foto, etj.), c) numri me prova të drejtpërdrejta (fletat e pjesëmarrjes ose dokumente të ngjashme)

	TG 1.1			TG 1.2			TG 1.3			TG 1.4			TG 1.5			TG 1.5		
Partnerët	një	b	një	B	c	c	një	b	një	një	b	një	një	b	një	një	b	një
TUCEP																		
ARTES																		
CEFE																		
PC TIRANË																		
UNIVERSITETI I BE-së																		
UBT																		

3.2 Grupet e Synuara Afatgjata

Kategoria kryesore e grupeve të synuara afatgjata, për sa i përket tipologjive, është e ngjashme me ato afatshkurtra. Dallimi lidhet me pozicionin e tyre gjeografik (rajon ose vende të tjera nga ato të partnerëve).

Kategoritë e tjera të grupeve të synuara afatgjata përcaktohen nga partneriteti gjatë projektit. Grupet e synuara arrihen, pas përfundimit të projektit, brenda kuadrit të aktiviteteve institucionale të promovuara nga partnerët.

3.3 Publiku i gjerë

Duke marrë parasysh vlerat e përmbajtjeve dhe aktiviteteve **VIRTUALE**, aktivitetet e promovimit dhe shpërndarjes kujdesen për të siguruar përhapjen më të gjerë të informacionit në lidhje me projektin. Partneriteti ka një rrjet shumë të gjerë kontaktesh që mund të arrijnë dhe informojnë një numër nxënësish, trajnerësh dhe qendrash arsimore.

3.4 Drejtoria e kontakteve

Partnerët plotësojnë një formular drejtorie duke mbledhur të dhëna dhe informacione rreth grupeve të synuara për t'u kontaktuar/kontaktuar, duke specifikuar fushat e përfshirjes. Shablloni, në format xls, ofrohet me Mekanizmin e Menaxhimit.

3.5 Shërbimi i Shtypit dhe Zyra e Komunikimit

Për t'u përcaktuar

4 AFATET E FUNDIT

Çdo afat është i rëndësishëm sepse lejon monitorimin dhe kontrollin analitik të progresit të aktiviteteve të promovimit dhe shpërndarjes, duke dhënë mundësinë, nëse është e nevojshme, për të ndryshuar qasjen, instrumentin, mjetin.

Rezultati / Produkti	Afati i planifikuar	shënime
Broshura VIRTUALE – (detyra 5-4 - DEL 5.4)	30/06/2023	
Trajnim VIRTUAL – broshura profili (detyra 5-4)	30/11/2023	
Fletëpalosje me fakte për prezantimin e projektit VIRTUAL (detyra 5.4)	30/06/2023	
POSTER VIRTUAL (detyra 5.4)	31/10/2023	
Buletinet [Detyra 5.4]	31/10/2023	numri i parë
Uebfaqja e Projektit [DETYRA 5.3 – DEL 5.3]	15/06/2023	
Videoklipe [nuk ka ndonjë produkt specifik, por përmendet në përshkrim]	31/10/2023	Seti i parë me 4 klip
MEDIAT SOCIALE DHE BLOGET	31/05/2023	Hapja e profilit në Facebook dhe një sërë postimesh prej 4 postimesh
Punëtoritë e Shpërndarjes – Takim personal i drejtpërdrejtë [pa rezultat specifik, por i përshkruar në seksionin 3.2]	31/10/2023	DPM i parë i raportuar
Seminari Final [detyra 5.5]	30/11/2024	
Komunikata për shtyp (detyra 5.4)	31/12/2023	Seti i parë prej 4 artikujsh
IDENTITETI I KORPORATËS I PROJEKTIT – (detyra 5-4 - DEL 5.2)	31/05/2023	

5 FLETË PËR SHPËRNDARJE

Shih skedarin e bashkangjitur në Excel

6 AKTIVITETI DHE REZULTATET

Plani VIRTUAL i promovimit dhe shpërndarjes zhvillohet përmes realizimit operativ dhe shpërndarjes së një sërë rezultatesh.

Për qëllimet e Planit të Promovimit dhe Shpërndarjes, rezultatet janë

- të gjitha rezultatet që lidhen me aktivitetet e promovimit dhe shpërndarjes që përshkruhen në propozim;
- rezultate të tjera të paplanifikuara në mënyrë të qartë në propozim, por që partneriteti ka vendosur t'i përdorë.

Aktiviteti operativ që lidhet me secilin produkt të promovimit dhe shpërndarjes mund të artikullohet në hapat e mëposhtëm:

- përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes
- përkufizimi i instrumentit/mjetit/formateve të komunikimit
- dizajn dhe zhvillim të paraqitjes grafike
- realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve
- identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje
- shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm
- raport i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes.

Bazuar në identifikimin e palëve të interesuara përkatëse dhe nevojave të tyre, janë përzgjedhur disa produkte përhapjeje për t'u përdorur për përhapjen e projektit. Projekti VIRTU.AL synon të përdorë si mjetet tradicionale të përhapjes, siç janë konferencat dhe punimet, përfshirë ato online, ashtu edhe mjetet e reja të komunikimit (p.sh. mediat sociale).

Produktet e përhapjes do të përgatiten dhe shpërndahen në forma të ndryshme (p.sh. broshura, prezantime, video, etj.).

Do të bëhet një përpjekje për t'i paraqitur të gjitha këto në formate alternative, duke siguruar që audienca të ndryshme të kenë akses në to në formatin më të përshtatshëm. Shpërndarja do të bëhet me mjete të ndryshme, por më efektivisht në prezantime dhe forume të organizuara.

Kanale të tjera shpërndarjeje përfshijnë bazat ekzistuese të të dhënave dhe platformat online të dedikuara për AFP-në (ky kanal do të përdoret për t'ia shpërndarë informacionin një audience të specializuar, për të dhënë rezultate më të dukshme që konfirmojnë interesin për mësuesit e AFP-së).

Mjetet e Shpërndarjes dhe Komunikimit:

- **Faqja e internetit** përmban të gjitha faktet e rëndësishme rreth planit të shpërndarjes dhe shfrytëzimit të projektit: Përshkrimi i projektit, Konsorciumi, Ngjarjet, Modulet, Rezultatet, Informacion i dobishëm.

- **Rezultatet Publike:** Rezultatet e projektit **VIRTU.AL** do të publikohen në faqen e internetit të projektit dhe do të jenë të disponueshme për shkarkim. Në këtë mënyrë, të gjithë palët e interesuara do të informohen rreth rezultateve të arritura të projektit. Partnerët janë përgjegjës për të njoftuar koordinatoren e projektit dhe udhëheqësin e WP-së së shpërndarjes për të publikuar rezultatet në faqen e internetit.

- **Fletëpalosje/Broshurë** : Për të informuar një gamë të gjerë audience mbi projektin VIRTU.AL dhe për të rritur dukshmërinë e tij, do të përgatiten materiale të ndryshme përhapëse. Materialet përhapëse do të përmbajnë logon e VIRTU.AL, përshkrim të shkurtër të projektit dhe listën e partnerëve.

Të gjitha këto materiale përhapëse do të publikohen në faqen e internetit dhe do të jenë të disponueshme për shkarkim. Ato do të shpërndahen gjithashtu në eventet ku marrin pjesë partnerët, me qëllim rritjen e dukshmërisë së projektit dhe zgjerimin e rrjetit dhe kontakteve tona.

- **Videot** : Videot - të dhënat rreth materialeve didaktike të realizuara (si një lloj Demo) do të ngarkohen në **faqen e internetit të projektit** dhe në **mediat sociale** . Ky është një medium i ri, por i fuqishëm për përhapjen e rezultateve të projektit, veçanërisht në arritjen e një audience specifike të synuar (siç janë sindikatat dhe komuniteti më i gjerë kërkimor).

- **Prezantimi i projektit në evente të jashtme** : Partnerët që marrin pjesë në evente të tjera relevante për projektin mund të përfitojnë nga ky rast për të prezantuar projektin, rezultatet, për të promovuar projektin, për të rritur dukshmërinë e tij dhe për të krijuar kontakte të reja.

Konferencat, punëtoritë, forumet e turizmit mund të jenë një platformë e shkëlqyer për të përhapur gjetjet tona dhe për të filluar biseda të drejtpërdrejta me audiencën. Disa nga partnerët e konsorciumit janë shumë aktivë në komunitetet e tyre të kërkimit dhe biznesit, dhe bashkëorganizojnë konferenca të vizituara mirë.

- **Mediat sociale dhe blogjet** : Projekti do të aktivizojë edhe kanalet sociale për të promovuar gjetjet e projektit dhe për të nxitur krijimin e një komuniteti bashkëpunues dypalësh të palëve të interesuara.

- **Takime personale të drejtpërdrejta** : biseda të drejtpërdrejta me një numër komunitetesh përkatëse, organe të autoriteteve arsimore, projekte të tjera në terren dhe organizata të tjera.

- Nëse është e mundur (na duhet ta verifikojmë nëse) pjesëmarrja e pjesshme në konferencën vjetore të ofrimit të shërbimeve në Javën e Aftësive të AFP-së.

I gjithë materiali përhapës duhet të përfshijë emblemën e BE-së dhe deklaratën e mëposhtme mohuese: “Mbështetja e Komisionit Evropian për prodhimin e këtij botimi nuk përbën një miratim të përmbajtjes e cila pasqyron vetëm pikëpamjet e autorëve, dhe Komisioni nuk mund të mbahet përgjegjës për asnjë përdorim që mund t'i bëhet informacionit të përmbajtur në të”.

7 BUXHETI (si në propozim)

Buxheti i vlerësuar — Burimet *(n/a për Grante me Shuma të Përgjithshme paraprakisht të përcaktuara)*

Pjesëmarrës	Kostot													
	A. Personeli		B. Nënkont raktimi	C.1a Udhëtim			C.1b Akomodimi	C.1c Jetesa	C.2 Pajisjet	C.3 Mallra, punime dhe shërbime të tjera	D.1 Mbështetje financiare për palët e treta		E. Kostot indirekte	Kostot totale
TUCEP														
ARTES														
CEFE														
PC TIRANË														
UNIVERSITETI I BE-së														
UBT														
Totali														

Për disa Grante me Shuma të Përgjithshme, shihni tabelën/kalkulatorin e detajuar të buxhetit (shtojca 1 e Pjesës B; shih [Dokumentet Referuese të Portalit](#)).

8 AKTIVITETI DHE REZULTATET

8.1 Broshura VIRTUALE – (detyra 5-4 - DEL 5.4)

8.1.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Është planifikuar (Detyra 5.4 - Rezultati nr. 5.4) të realizohet broshura/fletushka e projektit. Qëllimi i broshurës është të komunikojë në mënyrë efektive qëllimet dhe përmbajtjen themelore të projektit VIRTUAL. Teksti përshkruan shkurtimisht kontekstin e projektit, objektivat dhe aktivitetet kryesore.

8.1.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Është planifikuar që broshura të realizohet si një fletëpalosje trepalëshe, për secilin Partner në gjuhën kombëtare.

8.1.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Grafika dhe paraqitja janë hartuar dhe propozuar nga **TUCEP**.

8.1.4 D) realizimi/prodhimi i rezultateve/rezultateve

Fletëpalosja e projektit përfshin informacion të përgjithshëm mbi projektin, aktivitetet, objektivat, rezultatet dhe partnerët. Do të përfshihen të dhënat e kontaktit, faqja e internetit dhe mundësi të mëtejshme informacioni. Fletëpalosja e projektit do të përfshijë informacion të përgjithshëm mbi projektin, aktivitetet, objektivat, rezultatet dhe partnerët. Do të përfshihen të dhënat e kontaktit, faqja e internetit dhe mundësi të mëtejshme informacioni. Elektronike, anglisht, gjuhët e partnerëve.

Shënim: Partnerët marrin përsipër të shpërndajnë broshura si fizikisht ashtu edhe elektronikisht, me qëllim që të arrijnë dhe të rrisin ndërgjegjësimin midis numrit më të gjerë të mundshëm të grupeve të synuara. Si një shifër treguese, vlerësohet se afërsisht **1000 persona për çdo vend** të përfshirë do të arrihen drejtpërdrejt dhe tërthorazi përmes aktiviteteve që mund të dokumentohen me prova dhe vlerësime të besueshme.

8.1.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

a) dërgim direkt me email dhe ngarkim në faqen e internetit të projektit .
b) shpërndarje manuale , ekspozim në ambientet e partnerëve dhe në vende publike .
Mund të përfshihet në paketën për shtyp dhe në produkt të ngjashëm promovues-shpërndarës.

8.1.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Versioni elektronik do të shpërndahet me anë të dërgimit të drejtpërdrejtë me email nga secili partner në bazë të të dhënave të kontakteve të veta. Versioni në kopje fizike do të shpërndahet gjatë të gjitha aktiviteteve të projektit: a) në punëtori dhe seminare, b) shpërndarja e kopjeve direkt tek palët e interesuara, c) shfaqja e versionit të shtypur në

zona publike, veçanërisht ato që frekuentohen nga grupet e synuara dhe palët e interesuara.

8.1.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes.

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, duke ofruar të gjitha të dhënat dhe informacionet e nevojshme për të plotësuar siç duhet formularin specifik të raportit të progresit dhe atij përfundimtar, si dhe raportin e shpërndarjes.

8.1.8 Dispozitat dhe burimet buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
TUCEP			
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.2 Trajnim VIRTUAL – broshura profili (detyra 5-4)

8.2.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Hartimi dhe krijimi i një broshure projekti për **çdo profil dhe program trajnimi të ri** (anglisht dhe gjuhët e partnerëve).

8.2.2 B) përkufizimi i formatit të dorëzimit

Është planifikuar që broshura të realizohet si një fletëpalosje trepalëshe, në format A4, në secilën gjuhë kombëtare të partnerit.

8.2.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Grafika dhe paraqitja janë hartuar dhe propozuar nga **TUCEP**. Aktiviteti përfshin gjithashtu logon në versione të ndryshme dhe shkronja të përshtatshme.

8.2.4 D) realizimi/prodhimi i rezultateve/rezultateve

Informacion rreth profileve, përmbajtjes dhe aktiviteteve të trajnimit, metodologjive edukative.

Shënim: Partnerët marrin përsipër të shpërndajnë broshura si fizikisht ashtu edhe elektronikisht, me qëllim që të arrijnë dhe të rrisin ndërgjegjësimin në lidhje me aktivitetet e trajnimit dhe kurrikulat midis numrit më të gjerë të mundshëm të grupeve të synuara. Si një shifër treguese, vlerësohet se afërsisht 1000 persona për çdo vend të përfshirë do të arrihen drejtpërdrejt dhe tërthorazi përmes aktiviteteve që mund të dokumentohen me prova dhe vlerësime të besueshme.

8.2.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

- a) dërgim direkt me email dhe ngarkim në faqen e internetit të projektit
- b) shpërndarje manuale, ekspozim në ambientet e partnerëve dhe në vende publike.

Mund të përfshihet në paketën për shtyp dhe në materialet promovuese-shpërndarëse.

8.2.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Versioni elektronik do të shpërndahet me anë të dërgimit të drejtpërdrejtë me email nga secili partner në bazë të të dhënave të kontakteve të veta. Versioni në kopje fizike do të shpërndahet gjatë të gjitha aktiviteteve të projektit: a) në punëtori dhe seminare, b) shpërndarja e kopjeve direkt tek palët e interesuara, c) shfaqja e versionit të shtypur në zona publike, veçanërisht ato që frekuentohen nga grupet e synuara dhe palët e interesuara.

8.2.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes.

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, duke ofruar të gjitha të dhënat dhe informacionet e nevojshme për të plotësuar siç duhet më në fund formularin specifik të raportit të progresit dhe atij përfundimtar .

8.2.8 Dispozitat dhe burimet buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
TUCEP			
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.3 Fletëpalosje me fakte për prezantimin e projektit VIRTUAL (detyra 5.4)

Një **përshkrim i shkurtër i projektit**, me informacion në lidhje me personat e kontaktit të partnerëve.

8.3.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Një version i parë draft përgatitet nga Aplikanti dhe rishikohet me partnerët. Teksti dhe paraqitja mund të modifikohen dhe integrohen sipas progresit të aktiviteteve të projektit. Secili partner përgatit një version në gjuhën kombëtare. Teksti mund të personalizohet duke iu referuar aktiviteteve kombëtare.

8.3.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Formatet **elektronike** dhe **të kopjes së printuar**

8.3.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Për të përdorur logot e BE-së, projektit dhe partnerëve. Nuk ka paraqitje grafike specifike, përgatitet një shabllon specifik. Duhet të jetë i printueshëm në format A4 me 2 faqe.

8.3.4 D) realizimi/prodhimi i rezultateve/rezultateve

Versioni draft është i disponueshëm në Dosjen e Partnerëve. Partnerët mund ta përshtatin atë në lidhje me aktivitetet specifike kombëtare. Format i elektronik për shpërndarje është pdf. Si tregues i thjeshtë: formati i kopjes së printuar është fotokopje me ngjyra, përpara dhe mbrapa, secili partner shtyp kopje vetë sipas nevojës.

8.3.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

a) dërgim direkt me email dhe ngarkim në faqen e internetit të projektit.

b) shpërndarje me dorë

8.3.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Versioni elektronik shpërndahet me anë të dërgimit të drejtpërdrejtë me email nga secili partner duke përdorur **bazën e të dhënave të kontakteve të veta**.

Versioni në kopje të printuar shpërndahet gjatë të gjitha aktiviteteve të projektit: a) në punëtori dhe seminare, b) shpërndarja e kopjeve direkt tek palët e interesuara, c) shfaqja e versionit të printuar në zonat publike, veçanërisht ato që frekuentohen nga grupet e synuara dhe palët e interesuara.

8.3.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, duke ofruar të gjitha të dhënat dhe informacionet e nevojshme për të plotësuar siç duhet më në fund formularin specifik të raportit të progresit dhe atij përfundimtar.

8.3.8 Dispozitat dhe burimet buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
---------	------------------------	-------------------------	---------

ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.4 POSTER VIRTUAL (detyra 5.4)

Është planifikuar të realizohen **postera tematikë**¹ rreth aktiviteteve, produkteve dhe rezultateve të projektit. Posterat realizohen në mënyrë progresive me zhvillimin e projektit. Si shembull: Posterit informativ i përgjithshëm nr. 01 - përshkrim i përgjithshëm i qëllimeve, objektivave, partneriteteve të projektit.

8.4.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Për secilin poster, një tekst marketingu konciz dhe efektiv që përshkruan aktivitetet dhe qëllimet. Përfundimisht, një përshkrim më i detajuar mund të përfshihet në paraqitjen e posterit. Secili partner prodhon një version në gjuhën kombëtare.

8.4.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Është planifikuar të realizohen postera në format elektronik, në format të printuar (**poster**) dhe në format të **rrotulluar** .

Sa i përket **rrotullimeve**, formati standard i sugjeruar është si në figurë.



8.4.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Grafika dhe paraqitja janë propozuar nga TUCEP

8.4.4 D) realizimi/prodhimi i rezultateve/rezultateve

Posterat janë të disponueshëm në format elektronik (pdf), në një version me cilësi të mirë, por jo të rëndë për shpërndarje elektronike. Në propozim është planifikuar të realizohen:

- a) **rrotulla për secilin poster** në secilin vend partner
- b) **500 kopje në kopje të printuar** për secilin poster në secilin vend partner. Nuk ka asnjë tregues për dimensionet.

8.4.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

Shpërndarje elektronike, shpërndarje manuale dhe shfaqje fizike.

8.4.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Versioni elektronik i posterave shpërndahet përmes dërgimit të drejtpërdrejtë me email dhe ngarkohet në faqen e internetit të projektit.

Për **versionin në kopje fizike** është planifikuar shpërndarje manuale, duke u shfaqur në ambientet e partnerëve dhe në vende publike (duke kërkuar autorizim paraprak).

Për **reklamat postera** , shfaqja në zona të përshtatshme, veçanërisht në ato që frekuentohen nga grupet e synuara dhe palët e interesuara, në punëtori dhe takime.

¹Në propozim ka një mospërputhje midis figurave në përshkrim dhe llojeve të përshkruara të posterave.

Kopje të posterave mund të përfshihen në paketën (elektronike) për shtyp dhe në produkte të ngjashme promovuese-shpërndarëse.

8.4.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, duke ofruar të gjitha të dhënat dhe informacionet e nevojshme për të plotësuar siç duhet më në fund formularin specifik të raportit të progresit dhe atij përfundimtar.

8.4.8 Dispozitat buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.5 Buletinet [Detyra 5.4]

Një **buletin tremujor** realizohet për të ofruar informacion mbi progresin e aktiviteteve të projektit. Të gjitha gjuhët e partnerëve, 2 në vit

8.5.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Numrat do të përmbajnë (n. 1) prezantim të shkurtër të projektit, (n. 1 dhe n. 2) informacion mbi zhvillimin e aktiviteteve, (n. 3) informacion mbi rezultatet, (n. 1, 2, 3) diskutime tematike dhe fokus, (n. 1, 2, 3) ndërhyrje të ekspertëve, (n. 1, 2, 3) lajme mbi ngjarjet dhe arritjet e projektit.

8.5.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Buletini është hartuar dhe zhvilluar si një **buletin me email**, pra në format elektronik, duke përdorur programin e përshtatshëm (botuesin ose programe të tjera).

Dosja mund të shtypet edhe në aq kopje sa është e nevojshme për qëllime shpërndarjeje, të cilat mund të shpërndahen në seminare/konferenca, si dhe për aktivitete pasuese që do të kryhen nga partnerët e përfshirë (material shpërndarjeje për palët kryesore të interesuara të partneritetit, palët e interesuara të BE-së).

8.5.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Paraqitja dhe grafika janë zhvilluar nga TUCEP.

Logoja e BE-së, logoja e projektit dhe logoja e partnerëve duhet të përfshihen siç duhet në dizajn.

8.5.4 D) realizimi/prodhimi i rezultateve/rezultateve

Çdo partner siguron për çdo botim të buletinit të paktën një artikull rreth aktiviteteve të projektit.

Kopja kryesore e buletinit është realizuar në anglisht nga Udhëheqësi i WP DISS, duke përgatitur edhe shabllonin.

Secili partner kujdeset për të përkthyer artikujt dhe tekstet në gjuhën kombëtare dhe për të përshtatur shabllonin.

8.5.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

Buletinet shpërndahen me **email** nga secili partner duke përdorur bazën e vet të të dhënave dhe direktorinë e kontakteve të projektit.

8.5.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Çdo tremujor, duke filluar nga numri i parë siç është në planin e punës së projektit.

8.5.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, duke ofruar të gjitha të dhënat dhe informacionet e nevojshme për të plotësuar siç duhet formularin specifik të progresit dhe raportin përfundimtar (lista e kontakteve, reagimet etj.).

8.5.8 Dispozitat buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.6 Uebfaqja e Projektit [DETYRA 5.3 – DEL 5.3]

Zona e internetit është projektuar sipas një qasje miqësore si një sistem i integruar, me përmbajtje fleksibile, dinamike dhe të personalizueshme në lidhje me aktivitetet e projektit.

Me qëllim promovimin dhe gjithashtu për të marrë këshilla rreth mjediseve, skica e zonës së internetit mund t'u dorëzohet grupeve shembullore të palëve të interesuara (shkolla, agjenci trajnimi, shoqata dhe institucione).

ONSCENE është e aksesueshme si për partnerët dhe organizatat, ashtu edhe për institucionet dhe qytetarët privatë. Ajo kontribuon në dukshmërinë e projektit dhe lejon ndarjen e menjëhershme të rezultateve kryesore të projektit midis partnerëve, palëve të interesuara dhe qytetarëve.

8.6.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Zona VIRTUALE e internetit është strukturuar në një faqe interneti të mirëfilltë me domenin e vet. Ajo përmban lidhje të dukshme për a) një faqe përdoruesi VIRTUALE në YouTube ku ngarkohen videot e projektit b) faqe të mundshme të projektit në rrjetet sociale. Faqja e internetit është shumëgjuhëshe.

Partnerët marrin në konsideratë në veçanti:

Facebook

LinkedIn

8.6.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Mjet elektronik

8.6.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Paraqitja grafike dhe arkitektura e sistemit është projektuar dhe zbatuar nga DIMITRA, duke zhvilluar një 'version beta'. Të gjithë partnerët marrin pjesë në finalizimin e faqes së internetit.

8.6.4 D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve

Infrastruktura realizohet dhe menaxhohet nga partneri përgjegjës.

Përmbajtja dhe materialet e faqes së internetit ofrohen nga secili partner, duke u kujdesur që të përgatitet për to, kur është e nevojshme dhe e mundur, edhe një version në anglisht ose një prezantim i shkurtër.

Përmbajtja dhe dokumentet përditësohen rregullisht dhe periodikisht

8.6.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

Partneriteti kujdeset për **indeksimin efektiv në internet** të faqes së internetit të projektit dhe dokumenteve e materialeve online të projektit.

Uebsjati promovohet dhe shpërndahe edhe **përmes email-it** (lidhje me URL-në) dhe mediave të tjera të përdorura për promovimin dhe shpërndarjen e projektit.

8.6.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Të gjithë partnerët bashkëpunojnë në:

- promovimi i indeksimit të faqes së internetit të projektit
- përditësimin e përmbajtjes së faqes së internetit dhe dokumenteve të ngarkuara (çdo muaj)
- promovimi dhe shpërndarja e lidhjes së faqes së internetit me anë të email-it

8.6.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, **në veçanti përmes analizave të internetit dhe mjeteve të raportimit**, duke ofruar të gjitha të dhënat dhe informacionet e nevojshme për të plotësuar siç duhet të paktën formularin specifik të raportit të progresit dhe atij përfundimtar.

8.6.8 Dispozitat buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.7 Videoklipe [nuk ka ndonjë produkt specifik, por përmendet në përshkrim]

Gjatë zhvillimit të projektit, Partnerët **mund të regjistrojnë aktivitete** që mund të finalizohen në një **dosje video**. Të gjithë Partnerët bashkëpunojnë në filmimin e aktiviteteve të projektit. Përmbajtja kryesore e videos është:

1. një përshkrim të përgjithshëm të projektit, me një prezantim të shkurtër të organizatave partnere
2. një përshkrim të aktiviteteve me intervista dhe dëshmi të studiuesve, trajnerëve, studentëve, ekspertëve në fushën e skenografisë dhe artit skenografik; xhirime të konferencës përfundimtare, nëse është e mundur; xhirime të grupeve të fokusit

Videot duhet të jenë në anglisht / me titra në gjuhët kombëtare ose në gjuhët kombëtare / me titra në anglisht.

8.7.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Tekstet dhe mesazhet zhvillohen nga secili partner duke ndjekur udhëzimet në dokumentet aktuale dhe/ose specifikimet e tjera që do të përcaktohen bashkërisht me partnerët e tjerë.

8.7.1.1 intervista video dhe prezantime

Secili partner ofron a) një prezantim video të institucionit të tij në lidhje me projektin (maksimumi 3 minuta) b) të paktën tre intervista të shkurtra me grupet e synuara dhe palët e interesuara (maksimumi 3 minuta).

8.7.1.2 video edukative

Mund të prodhohet një dosje video, e strukturuar si video-trillim. Dokumentari edukativ mund të strukturohet në kapituj. Secili partner kujdeset për një kapitull.

Xhirimet kanë të bëjnë me aktivitetet e projektit dhe janë filmuar dhe montuar sipas një storyboard-i të dakordësuar nga Partneriteti, udhëheqësi i WP-së kujdeset të shkruajë skenarin e kornizës. Partnerët shtojnë detaje të mëtejshme duke shkruar skenarin/storyboard-in e tyre specifik kombëtar.

8.7.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Videot realizohen në format elektronik (për promovim dhe shpërndarje online) dhe mblidhen në USB ose DVD.

8.7.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Dizajni dhe paraqitja grafike lidhen me:

- a) paraqitja e kornizës së videove (pozicioni i logove, shiritat me emrat e personave të intervistuar etj.)
- b) paraqitja grafike e DVD-së (interlaj dhe kopertinë DVD-je)
- c) zhvillimi i një faqeje projekti në YouTube dhe paraqitja grafike e faqes së YouTube.

Partnerët kujdesen për këto aspekte .

8.7.4 D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve

Prodhimi ka të bëjë me:

- xhirime/xhirime (të gjithë partnerët)
- redaktim (TUCEP, me bashkëpunimin e partnerëve për përkthimin e nevojshëm)
- kopjon dyfishimin (për të përcaktuar)

8.7.4.1 video (format elektronik)

Çdo partner kombëtar kujdeset për filmimin e aktiviteteve të projektit sipas përshkrimit të skenarit. Pamjet i dërgohen udhëheqësit të WP për montazh dhe prodhim të dosjes video. **Udhëheqësi i WP përgatit një fletë me kërkesat teknike të pamjeve filmike dhe kërkesat minimale të cilësisë .**

Secili partner mund të dërgojë video në një nga formatet e mëposhtme: p.sh., mp4, mov, Avi ose mpeg. Partnerët gjithashtu mund të ndajnë video dhe klipe që kanë ngarkuar në kanalet mediatike institucionale.

Secili partner përdor gjuhët kombëtare duke siguruar tekstin për titra dhe eventualisht për dublimin në anglisht.

8.7.4.2 video (format DVD)

TUCEP kujdeset për prodhimin e disqeve DVD/çelësive USB

8.7.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

Së pari, videot janë të disponueshme në internet, në YouTube. Partnerët mund të kërkojnë të veprojnë në faqen e YouTube. **TUCEP** ka detyrën të kontrollojë dhe organizojë materialin e ngarkuar në YouTube.

8.7.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Partnerët i dërgojnë videot te menaxheri i faqes së përdoruesve të YouTube, i cili kujdeset për ngarkimin e videove në YouTube. Çdo partner kujdeset për dërgimin e **lidhjes URL të videove** te grupet e synuara kombëtare dhe palët e interesuara.

8.7.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, **veçanërisht përmes YouTube-it**, duke ofruar të gjitha të dhënat dhe informacionet e nevojshme për të plotësuar siç duhet formularin specifik të raportit të progresit dhe atij përfundimtar.

8.7.8 Dispozitat buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			

UBT			
-----	--	--	--

8.8 MEDIAT SOCIALE DHE BLOGET

Projekti do të aktivizojë edhe kanalet sociale për të promovuar gjetjen e projektit dhe për të nxitur krijimin e një komuniteti bashkëpunues dypalësh të palëve të interesuara.

8.8.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe lose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promocionit dhe shpërndarjes

Partneriteti zhvillon një faqe specifike në Facebook për projektin VIRTUAL dhe siguron që faqja të përfshijë të gjithë informacionin përkatës, siç është emri, misioni dhe qëllimet e projektit. Si kriteret e përgjithshme, të gjithë Partnerët janë të përkushtuar ndaj:

- Postoni rregullisht përditësime rreth projektit, të tilla si lajme rreth arritjeve të objektivave ose ngjarjeve të ardhshme që lidhen me projektin.
- Përdorni pamje tërheqëse, siç janë imazhet ose videot, për të shoqëruar postimet tuaja dhe për të tërhequr vëmendjen e ndjekësve tuaj.
- Ndani artikuj ose postime relevante nga burime të tjera që përputhen me misionin e projektit tuaj për të angazhuar më tej audiencën tuaj.
- Përdorni reklamat në Facebook për të arritur një audiencë më të gjerë dhe për të synuar demografi specifike që janë të rëndësishme për projektin tuaj.
- Përdorni Facebook Live për të transmetuar ngjarje që lidhen me projektin tuaj, siç janë konferencat për shtyp ose webinarët.
- Angazhohuni me audiencën tuaj duke iu përgjigjur komenteve dhe mesazheve në kohën e duhur dhe inkurajojini ata të ndajnë mendimet dhe idetë e tyre në lidhje me projektin.
- Bashkëpunoni me organizata ose individë të tjerë që ndajnë qëllime ose interesa të ngjashme dhe promovoni përmbajtjen e njëri-tjetrit në Facebook.

8.8.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Partneriteti mund të përdorë:

- Postime të bazuara në tekst - Këto mund të përdoren për të ndarë përditësime, për të bërë pyetje, për të ndarë citate ose për të ndarë lidhje me burime të jashtme (të paktën 40 për vend)
- Imazhe - Imazhet mund të përdoren për të tërhequr vëmendjen, për të shfaqur produkte ose shërbime, ose për të ndarë citate ose statistika. Ato mund të ndahen si imazhe të vetme ose si pjesë e një karuseli ose prezantimi. (të paktën 40 për vend)
- Videot - Videot mund të përdoren për të ofruar përmbajtje edukative, për të promovuar një produkt ose shërbim ose për të shfaqur pamje prapa skenave të një ngjarjeje ose aktiviteti. (të paktën 10 për vend)
- Video live - Videot live mund të përdoren për të transmetuar ngjarje në kohë reale, të tilla si lançime produktesh, intervista ose webinarë. (të paktën 1 person për vendin)
- Sondazhe - Sondazhet mund të përdoren për të angazhuar audiencën dhe për të mbledhur reagime ose opinione mbi një temë të caktuar. (të paktën 1 për qind nga vendi)

- Evente - Eventet mund të krijohen për të promovuar aktivitete ose mbledhje specifike, të tilla si lançimi i një produkti, mbledhja e fondeve ose konferenca. (të paktën 1 për qind e vendit)

8.8.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Siç është planifikuar sipas identitetit vizual të projektit

8.8.4 D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve

Partnerët bashkëpunojnë në prodhimin e materialeve sipas parametrave dhe kriterëve të dakordësuar.

8.8.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

Faqja e Facebook-ut të projektit, faqja e Facebook-ut institucionale e partnerëve; muri social në faqen e internetit; lidhje me media ose dokumente të tjera

8.8.6 F) shpërndarja operative e rezultatit/produnkteve

Partnerët kujdesen të prodhojnë artikuj siç tregohet në 8.8.2, duke arritur dhe përfshirë një numër të konsiderueshëm grupesh të synuara dhe duke rritur krijimin e rrjeteve të nxënësve, trajnerëve, organizatave dhe kompanive të interesuara në lëndët VIRTUALE.

8.8.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Partnerët Analizojnë rregullisht të dhënat e Facebook-ut për të monitoruar performancën e faqes suaj dhe për të përshtatur strategjinë tuaj në përputhje me rrethanat. Së fundmi, sigurohuni që të qëndroni të përditësuar me politikat dhe udhëzimet e Facebook-ut për t'u siguruar që përmbajtja juaj i përmbahet rregullave dhe rregulloreve të platformës.

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, me lidhje dhe një sërë pamjesh të ekranit që ofrojnë të gjitha të dhënat dhe informacionet e nevojshme për të plotësuar siç duhet të paktën formularin specifik të raportit të progresit dhe atij përfundimtar.

8.8.8 Dispozitat buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.9 Punëtoritë e Shpërndarjes – Takim personal i drejtpërdrejtë [pa rezultat specifik, por i përshkruar në seksionin 3.2]

Punëtoritë janë ngjarje strategjike për promovimin dhe përhapjen e aktiviteteve VIRTUALE. **Biseda të drejtpërdrejta** me një numër komunitetesh përkatëse, organe të autoriteteve arsimore, projekte të tjera në terren dhe organizata të tjera .

8.9.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Çdo seminar ka një **axhendë specifike** me një **titull** dhe **listën e fjalimeve** . Gjatë punëtorive, partnerët kujdesen për promovimin dhe shpërndarjen e informacionit.

- aktivitetet dhe rezultatet e kërkimit;
- kurrikulat dhe kurset pilot
- aktivitetet laboratorike
- aktivitetet e grupeve të fokusit
- faqja e internetit, rezultatet multimediale dhe të gjitha rezultatet e realizuara gjatë projektit.
-

8.9.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Punëtoritë janë planifikuar dhe organizuar si **ngjarje e hapur** . Është planifikuar pjesëmarrja e **ekspertëve të ftuar si folës** . Duhet të përgatitet një **formular regjistrimi** .

8.9.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Në **axhendën e punëtorisë** (sipas **modelit të përbashkët**)

8.9.4 D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve

Partnerët kanë një rrjet marrëdhëniesh dhe kontaktesh që siguron pjesëmarrjen e rreth 15-20 pjesëmarrësve për çdo seminar . Çdo partner organizon **të paktën 1 seminar/vit**.

Punëtoritë mund të organizohen gjithashtu me rastin e takimeve të partneritetit.

8.9.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

Punësoria promovohet kryesisht përmes:

- **dërgimin me postë** (elektronike dhe, nëse është e mundur, kopje të printuara) të ftesës dhe rendit të ditës,
 - komunikimet për shtyp, telefonatat dhe mediat e tjera që partnerët mund të përdorin
- Rezultatet e seminarit (raporti i shkurtër, publikimi i informacionit) shpërndahen kryesisht përmes
- **dërgimin me postë** (elektronike dhe, nëse është e mundur, kopje të printuara), komunikimet për shtyp dhe media të tjera që mund të përdorin partnerët.

8.9.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Secili partner planifikon organizimin e punëtorive. Kur përcaktohet axhenda, ajo publikohet në faqen e internetit.

Ftesa dhe rendi i ditës u dërgohen me email/postë grupeve të synuara, palëve të interesuara (duke përdorur bazën e të dhënave të partnerëve dhe drejtorinë e kontakteve

të projektit), në kohë për të kontrolluar dhe verifikuar pjesëmarrjen. Një komunikim u dërgohet agjencive të shtypit.

8.9.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Aktivitetet do të raportohen në mënyrën e duhur, duke ofruar të gjitha të dhënat e nevojshme (p.sh.: numrin e pjesëmarrësve) dhe informacionin për të plotësuar siç duhet të paktën **formularin specifik të raportit të progresit dhe atij përfundimtar**.

Përgatitet një raport i shkurtër i seminarit. Informacioni rreth rezultateve të seminarit shpërndahet nëpërmjet faqes së internetit, postës dhe buletineve informative.

Partnerët fotografojnë/filmojnë aktivitetet duke ngarkuar materiale në faqen e internetit, YouTube, Facebook. Një raport i shkurtër i rezultateve u dërgohet pjesëmarrësve.

8.9.8 Dispozitat buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.10 Seminari Final [detyra 5.5]

Në fund të aktiviteteve të projektit, Partneriteti kujdeset për organizimin e një seminari transnacional, titulli (i përkohshëm) i të cilit është **VIRTUAL**.

Seminari synon gjithashtu të promovojë shfrytëzimin e rezultateve dhe vlerësimin e aktiviteteve me qëllim që ato të vazhdojnë përtej përfundimit formal të projektit dhe të promovojë përfshirjen e rezultateve dhe produkteve në aktivitetet dhe axhendat institucionale të institucioneve dhe palëve të interesuara.

Eventi, i mbajtur në Shqipëri, organizohet nga organizata pritëse dhe Koordinatori i Projektit. Qëllimi i konferencës do të jetë prezantimi i rezultateve të projektit për publikun.

8.10.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Seminari është strukturuar si një aktivitet njëditor (rreth tetë orë) me pjesëmarrjen e të gjithë përfaqësuesve të partnerëve.

Partnerët duhet të përfshijnë gjithashtu përfaqësues të autoriteteve lokale, rajonale dhe kombëtare, përfaqësues të Komisionit Evropian, shoqatave kulturore dhe profesionale, shkollave, institucioneve të trajnimit, qendrave për arsimin e të rriturve, universiteteve, shoqatave kulturore. Secili partner mund të ftojë një përfaqësues institucional ose të palëve të interesuara të vendit të tij.

Fjalimet: Për t'u përcaktuar

8.10.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Konferenca përfundimtare është planifikuar të organizohet si një **aktivitet i hapur**. Është planifikuar pjesëmarrja e ekspertëve të ftuar si folës (një për secilin partner). Duhet të përgatitet një **formular regjistrimi**.

8.10.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Në **axhendën e konferencës (është dhënë një model)** dhe në **shtyp** duhet të përdoret logoja e BE-së, logoja e projektit dhe logoja e partnerit.

8.10.4 D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve

Partnerët kanë një rrjet marrëdhëniesh dhe kontaktesh që siguron pjesëmarrjen e një numri të konsiderueshëm pjesëmarrësish. Sugjerohet të organizohet konferenca përfundimtare në lidhje me takimet e 4-ta të partneritetit.

8.10.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

Seminari përfundimtar promovohet kryesisht përmes:

- **dërgimi me postë** (elektronike dhe, nëse është e mundur, kopje të printuara) i ftesës dhe axhendës, faqja e internetit
- komunikimet e shtypit dhe media të tjera që partnerët mund të përdorin

Rezultatet përfundimtare të seminarit (raporti i shkurtër, komunikimi) shpërndahen kryesisht përmes

- **dërgimin me postë** (elektronike dhe, në rast të mundshme, kopje të printuara), komunikimet për shtyp dhe media të tjera që mund të përdorin partnerët.

8.10.6 F) promovimi operativ dhe përhapja e rezultatit

Secili partner planifikon organizimin përfundimtar të seminarit. Kur përcaktohet axhenda, ajo publikohet në faqen e internetit.

Ftesa dhe rendi i ditës u dërgohen me email/postë grupeve të synuara, palëve të interesuara (duke përdorur bazën e të dhënave të partnerëve dhe drejtorinë e kontakteve të projektit), në kohë për të kontrolluar dhe verifikuar pjesëmarrjen. Një komunikim u dërgohet agjencive të shtypit.

Partnerët fotojnë/filmojnë aktivitetet duke ngarkuar materiale në faqen e internetit dhe në faqen e YouTube. Një raport i shkurtër i rezultateve u dërgohet pjesëmarrësve.

8.10.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Përgatitet një raport i konferencës përfundimtare. Informacioni rreth rezultateve të konferencës shpërndahet nëpërmjet faqes së internetit, postës dhe buletineve informative.

8.10.8 Dispozitat buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

8.11 Komunikata për shtyp (detyra 5.4)

Parashikimi i propozimit: artikuj dhe publikime në lidhje me projektin VIRTUAL
Publikimi i 4 njoftimeve për shtyp (një për partner në vit)

8.11.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Nuk zbatohet

8.11.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

Artikujt dhe botimet ruhen në formatin pdf. Sugjerohet të përgatitet, nëse është e nevojshme, një version i printuar.

8.11.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Asnjë indikacion specifik.

8.11.4 D) realizimi / prodhimi i rezultateve / rezultateve

Të gjithë partnerët kujdesen gjithashtu që të mbledhin artikuj dhe publikime rreth projektit VIRTUAL të publikuara në media, duke i ruajtur ato në format PDF dhe duke regjistruar në një skedar të dhëna rreth burimit të informacionit dhe URL-së, në rast të artikullit ose publikimit elektronik. Në çdo rast, artikujt në internet ruhen si dokument PDF.

8.11.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

Rishikimi i shtypit është i disponueshëm në internet përmes një zone të dedikuar të faqes së internetit.

8.11.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

Rishikimi i shtypit shpërndahet duke dërguar URL-në e faqeve të internetit, duke dërguar me postë dhe duke dërguar buletine informative.

Versionet e shtypura mund të përgatiten për shpërndarje manuale (në punëtori, takime, me rastin e takimeve me palët e interesuara).

8.11.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes

Partnerët do të përgatisin një listë artikujsh dhe botimesh, si dhe një listë me lidhje URL për artikujt dhe botimet në internet.

8.11.8 Dispozitat buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
ARTES			
CEFE			
KPT			

BET			
UBT			

8.12 IDENTITETI I KORPORATËS I PROJEKTIT – (detyra 5-4 - DEL 5.2)
8.12.1 A) përkufizimi dhe zhvillimi i mesazhit dhe/ose tekstit dhe/ose përmbajtjes së promovimit dhe shpërndarjes

Për njohjen më të mirë të mundshme të projektit dhe të rezultateve të tij, është përpunuar identiteti i korporatës së projektit (fontet, shabllonet e dokumenteve, skemat e ngjyrave, logoja, cilësimet grafike). Identiteti i korporatës do të përdoret në të gjithë dokumentacionin dhe rezultatet e projektit. Elektronike, EN, Të gjitha gjuhët e vendeve partnere.

8.12.2 B) përcaktimi i formateve të dorëzueshme

N/A

8.12.3 C) dizajni dhe zhvillimi i paraqitjes grafike

Grafika dhe paraqitja janë propozuar nga **TUCEP**

8.12.4 D) realizimi/prodhimi i rezultateve/rezultateve

Kujdesi i TUCEP-it

8.12.5 E) identifikimi i mediave të përshtatshme për shpërndarje

N/A

8.12.6 F) shpërndarja operative e rezultatit të dorëzueshëm

N/A

8.12.7 G) raporti i aktiviteteve të promovimit/shpërndarjes.

N/A

8.12.8 Dispozitat dhe burimet buxhetore

PARTNER	përgjegjësia e detyrës	Buxheti për aktivitetin	shënime
TUCEP			
ARTES			
CEFE			
KPT			
BET			
UBT			

9 RAPORT I AKTIVITETEVE TË PROMOVIMIT DHE SHPËRNDARJES

Raporti do të përshkruajë me detaje aktivitetet e promovimit dhe përhapjes së informacionit të kryera gjatë kohëzgjatjes së projektit, rezultatet dhe qëllimet e arritura.

Bazuar në indikacionet e dhëna nga partnerët, Universiteti i Peruxhias do të finalizojë Planin e Shpërndarjes.

Raporti do të strukturohet në bazë të Planit aktual të Shpërndarjes dhe Projektit, duke ndjekur skemën e tabelës së përmbajtjes. Çdo Partner do të ofrojë të dhëna dhe informacione zbatimi si në **fletën e shpërndarjes**.

Plani do të ngarkohet në seksionin e faqes së internetit me qasje të kufizuar vetëm për partnerët e projektit.

9.1 Fletë shpërndarjeje

Data	Kombëtar/Rajonal/Lokal	Përshkrim i shkurtër dhe qëllimi i aktivitetit të përhapjes	Grupet e synuara / Pjesëmarrësit	Komente	Dëshmitë e bashkangjitura

10 EMRAT E PËRDORUESIT DHE FJALËKALIMI

MAIL VIRTUAL

KANALI YOUTUBE

FAQE UEB-I

MEDIAT SOCIALE

11 SHTOJCAT

11.1 TEKSTI I BROSHURËS

11.2 LOGOJA E PROJEKTIT

Ky projekt është financuar me mbështetjen e Komisionit Evropian.
Ky botim pasqyron vetëm pikëpamjet e autorit dhe Komisioni nuk mund të mbahet
përgjegjës
përgjegjës për çdo përdorim që mund t'i bëhet informacionit të përmbajtur në të.