



**Agjencia Kombëtare e Arsimit dhe Formimit Profesional dhe Kualifikimeve
Drejtoria e Profesioneve dhe Kualifikimeve Profesionale**

STANDARDI I KUALIFIKIMIT PROFESIONAL

SIPËRMARRJE E AGJENCISË TURISTIKE

Niveli IV në KSHK¹, referuar nivelit IV në KEK²

L5-IV-23

Tiranë, 2023

¹ Korniza Shqiptare e Kualifikimeve

² Korniza Evropiane e Kualifikimeve

Emërtimi i kualifikimit	“Sipërmarrje e Agjencisë Turistike”			Kodi
Kohëzgjatja	1900-2100 orë	Niveli	IV në KSHK, referuar nivelit IV në KEK	L5-IV-23
Qëllimi:	Qëllimi i kualifikimit profesional “Sipërmarrje e Agjencisë Turistike” niveli IV në KSHK, referuar nivelit IV në KEK është të përgatisë teknik/menaxher të mesëm për Sipërmarrjen e Agjencisë Turistike, si dhe të zhvillojë personalitetin e individëve për të jetuar në përshtatje me botën që i rrethon dhe përgatitja e tyre për t’u punësuar në veprimtaritë profesionale që lidhen drejtpërdrejt me Sipërmarrjen e Agjencisë Turistike.			
Kriteret e përgjithshme të pranimit:	<p>Në shkollat që ofrojnë kualifikimin profesional “Sipërmarrje e Agjencisë Turistike”, niveli IV në KSHK, referuar nivelit IV në KEK, kanë të drejtë të regjistrohen të gjithë të individët që:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kanë mbaruar kualifikimin profesional “Ekonomi/Biznes”, niveli II në KSHK, referuar nivelit II në KEK; - janë në kushte shëndetësore që të përballojnë kërkesat e këtij niveli të arsimit profesional. - Në raste të veçanta kur kërkesat për të ndjekur këtë shkollim janë më të larta se kapacitetet reale të këtyre shkollave, atëherë, institucionet përgjegjëse për arsimin dhe formimin profesional përgatitin udhëzime të veçanta me kriteret e posaçme pranimi për këto shkolla. 			
Mundësitë e kualifikimit të mëtejshëm dhe të punësimit:	<p>Përfundimi me sukses i kualifikimit profesional “Sipërmarrje e Agjencisë Turistike”, niveli IV në KSHK, referuar nivelit IV në KEK, e pajis individin me Certifikatën Profesionale të Nivelit dhe Suplementin përkatës të saj, si teknik/menaxher në këtë fushë, e cila njihet në territorin e Republikës së Shqipërisë.</p> <p>Ky arsimim i jep mundësi individit t’i drejtohet tregut të punës si punonjës në sektorin e turizmit, si nëpunës në agjencitë e udhëtimit dhe operator turistik për blerje dhe shitje të produkteve dhe shërbimeve në fushën e turizmit, për krijimin e produkteve turistike, për marketimin e produkteve dhe shërbimeve të agjencisë, si dhe për mbajtjen e llogarive apo regjistrimin e kostove/çmimeve të vepritarisë. Gjithashtu ai mund të vetëpunësohet në kuadrin e një biznesi individual si sipërmarrës i agjencive turistike, operatori turistik etj..</p> <p>Me përfundimin e këtij niveli individi ka mundësi për të fituar të drejtën e diplomës së “Maturës Shtetërore Profesionale”, me mundësi për vazhdimin e studimeve pas të mesme dhe universitare.</p>			
Data e validimit	Korrik 2023			
Data e miratimit				
Variantet e mëparshme	L-III-05-13, L5-IV-19			

STRUKTURA E KUALIFIKIMIT

**Rezultatet e të nxënit në:
NJOHURI**

Individi duhet të dijë:

Planifikimi dhe organizimi i punës

- Të shpjegojë zhvillimin e industrisë së turizmit dhe dinamikat e saj;
- Të shpjegojë termat dhe konceptet në fushën e turizmit;
- Të shpjegojë faktorët që influencojnë në fushën e turizmit;
- Të përshkruajë kuadrin ligjor në fushën e turizmit;
- Të përshkruajë procedurat për themelimin e agjencisë turistike;
- Të shpjegojë mënyrën e organizimit të agjencive turistike dhe organizimin ergonomik të vendit të punës;
- Të përshkruajë planifikimin e veprimtarisë në agjencinë turistike;
- Të klasifikojë sipërmarrjet turistike nga pikëpamja e objektit të veprimtarisë, karakteristikave, veçorive, mënyrës së organizimit dhe marrëdhënieve midis tyre;
- Të listojë burimet e nevojshme për veprimtarinë e agjencisë turistike;
- Të listojë mjetet dhe pajisjet e nevojshme për agjencinë turistike sipas përdorimit të tyre;
- Të shpjegojë rëndësinë e përdorimit të teknologjisë së informacionit dhe komunikimit (TIK) në turizëm,;
- Të listojë llojet e softuare-ve dhe programeve për veprimtarinë në agjencinë turistike;
- Të përshkruajë procedurat e rekrutimit dhe përzgjedhjes së burimeve njerëzore në fushën e turizmit;
- Të shpjegojë rëndësinë e menaxhimit të burimeve njerëzore;
- Të shpjegojë ndarjen dhe menaxhimin e detyrave në ekip;
- Të shpjegojë rëndësinë e monitorimit të pastrimit dhe sistemimit të vendit të punës;
- Të listojë mjetet dhe pajisjet për mirëmbajtjen e vendit të punës, funksionimin dhe përdorimin e tyre;
- Të shpjegojë mënyrën e plotësimit dhe hartimit të dokumentacionit në agjencitë turistike sipas përdorimit të tyre;
- Të argumentojë domosdoshmërinë e arkivimit/mbajtjes të dokumentacionit të plotë, lidhur me çdo udhëtim apo paketë, si dhe çdo klient;
- Të shpjegojë rëndësinë dhe mënyrat e raportimit;

Studimi i tregut

- Të shpjegojë rëndësinë e përcaktimit të qëllimit kryesor dhe objektivave të studimit të tregut;
- Të listojë llojet e burimeve të ndryshme të informacionit për industrinë e turizmit;
- Të shpjegojë funksionin e operatorëve, agjencive, institucioneve etj. në fushën e turizmit;
- Të shpjegojë llojet kryesore të turizmit (turizmi detar, malor, i aventurës, dasmave.....);

- Të përshkruajë segmentet e tregut dhe karakteristikat e tyre thelbësore;
- Të shpjegojë metodat e kërkimit të tregut në terren dhe online;
- Të shpjegojë rëndësinë dhe mënyrën e bashkëpunimit me aktorët e tjerë të tregut turistik;
- Të shpjegojë kërkesën dhe ofertën në tregun turistik;
- Të shpjegojë rëndësinë e studimit të statistikave dhe tendencave lidhur me turizmin;
- Të shpjegojë rëndësinë dhe mënyrat e përpunimit të informacionit;
- Të shpjegojë teknikat dhe rëndësinë e identifikimit të klientëve potencialë;
- Të klasifikojë llojet e klientëve sipas segmenteve të tregut;
- Të shpjegojë tipologjinë e furnitorëve në tregun turistik dhe rëndësinë e marrjes së informacioneve për to;
- Të listojë kriteret e përzgjedhjes së furnitorëve sipas llojeve të shërbimeve;
- Të shpjegojë rëndësinë e marrjes së informacioneve për konkurrentët;
- Të shpjegojë rëndësinë e përshtatjes sipas trendeve dhe dinamikave të tregut;
- Të shpjegojë tendencat dhe faktorët e zhvillimit të turizmit në botë dhe në vendin tonë;

Blerja e produkteve dhe shërbimeve në fushën e turizmit

- Të listojë nevojat e agjencisë për blerjen e shërbimeve turistike;
- Të shpjegojë nevojën e bashkëpunimit me kolegë të sektorëve të ndryshëm për saktësimin e nevojave për blerje;
- Të shpjegojë rëndësinë e përzgjedhjes së furnitorëve të shërbimeve turistike ofertave;
- Të shpjegojë mënyrën e konfirmimit të porosive në funksion të përputhjes së tyre me porosinë përkatëse;
- Të shpjegojë mënyrat e blerjes të shërbimeve të udhëtimit apo produkteve të tjera turistike;
- Të listojë sistemet e mundshme të blerjes së shërbimeve të udhëtimit apo produkteve të tjera turistike;
- Të shpjegojë mënyrën e hedhjes në pasqyra dhe/ose sistem të porosive sipas statusit (të konfirmuara, në përpunim dhe shërbimet të cilat nuk janë blerë ende...);
- Të përshkruajë mënyrën e plotësimit të kontratave me furnitorët për shërbimet që do të blihen;
- Të shpjegojë rëndësinë e paradhënies për furnitorët;
- Të shpjegojë rëndësinë e përcjelljes së informacionit për zyrën e financës lidhur me parapagimet, pagesat përfundimtare në përputhje me afatet e kryerjes së tyre;
- Të shpjegojë rëndësinë dhe mënyrën e informimit të furnitorëve të shërbimeve lidhur me ecurinë e shitjeve;
- Të shpjegojë rastet dhe hapat për kryerjen e anulimeve të shërbimeve të porositura;
- Të përshkruajë procesin e dokumentimit për rregullimin e marrëdhënies në rast anulimesh.
- Të shpjegojë rëndësinë e administrimit të dokumentacionit të blerjes;
- Të listojë teknikat e negocimit të çmimit me klientët;
- Të përshkruajë ecurinë e shitjeve të paketave të udhëtimit apo produkteve të tjera turistike të parapërgatitura;

- Të shpjegojë rëndësinë e plotësimit saktë të faturave paraprahe për shërbimet apo produktet e kontraktuara;
- Të shpjegojë mënyrën e trajtimit të ankesave të klientëve;
- Të përshkruajë rastet e dëmshpërblimit për ankesat dhe kërkesat e klientëve;
- Të shpjegojë elementët e bazave të të dhënave për blerjen dhe shitjen e produktit turistik;

Shitja e produkteve dhe shërbimeve në fushën e turizmit

- Të shpjegojë tipologjitë e klientëve sipas kërkesave të tyre;
- Të shpjegojë rëndësinë e informimit të klientëve mbi udhëtimet, përmbajtjen e paketave dhe produkteve turistike, si dhe shërbime të tjera të ofruara;
- Të shpjegojë rëndësinë e përshtatjes së produktit turistik për klientët;
- Të shpjegojë elementët përbërës të çmimit për çdo produkt;
- Të përshkruajë teknikat dhe fazat e negociimit të çmimit me klientët;
- Të shpjegojë rëndësinë e konfirmimeve të porosive për klientët;
- Të përshkruajë ecurinë e shitjeve të paketave të parapërgatitura;
- Të shpjegojë mënyrën e plotësimit të faturave paraprahe për shërbimet dhe produktet e kontraktuara;
- Të shpjegojë mënyrën e plotësimit të dokumentacionit për rregullimin e marrëdhënieve në rastet e anulimeve, dëmshpërblimeve etj.;

Krijimi i produktit

- Të analizojë kërkesat për produkte turistike në bazë të informacionit të siguruar nga studimi i tregut;
- Të shpjegojë karakteristikat dhe trendet e zhvillimit të produkteve turistike sipas segmentit të tregut për të cilin krijohen;
- Të shpjegojë zhvillimin e produktit turistik sipas rajonit dhe politikave të agjencisë;
- Të shpjegojë rëndësinë e përcaktimit të kohëzgjatjes së paketave, tipologjive të akomodimit, mënyrave të transportit në varësi të kërkesave të tregut dhe klientëve;
- Të klasifikojë llojet e shërbimeve mbështetëse, pjesë e paketave dhe produkteve sipas rasteve;
- Të shpjegojë rëndësinë e bashkëpunimit me furnitorët e shërbimeve turistike për ofrimin e shërbimeve në cilësinë e kërkuar;
- Të shpjegojë llojet e itinerareve të udhëtimit sipas kërkesave dhe tipologjisë së klientëve;
- Të shpjegojë përmbajtjen e produkteve turistike dhe shërbimeve të përfshira në to;
- Të shpjegojë destinacionet dhe atraksionet që do të vizitohen, në mënyrë të detajuar;
- Të shpjegojë rëndësinë e hartimit të informacioneve të hollësishme për klientët, për secilin prej produkteve dhe paketave;
- Të shpjegojë domosdoshmërinë e testimit paraprakë të produktit;
- Të shpjegojë rëndësinë e përcaktimit të numrit minimal dhe maksimal të grupit sipas paketave dhe produkteve në përputhje me karakteristikat e tyre;

- Të shpjegojë llojet e kostove (të drejtpërdrejta, të përbashkëta dhe totale) të produkteve turistike;
- Të shpjegojë mënyrën e llogaritjes së çmimit të produkteve sipas llojeve të tyre;
- Të listojë llojet e produkteve turistike në vartësi të segmentit të tregut;
- Të argumentojë domosdoshmërinë e mbajtjes parasysh të kërkesave dhe profilit të klientit në krijimin e produktit turistik të personalizuar;
- Të shpjegojë dallimet ndërmjet produkteve të parapërgatitura (scheduled) dhe atyre të cilat krijohen me porosi të klientit;
- Të shpjegojë kriteret e përzgjedhjes së produkteve të parapërgatitura, në vartësi të segmentit ku njësia zhvillon veprimtarinë;
- Të shpjegojë mënyrat e kombinimit të shërbimeve në funksion të krijimit të produktit;
- Të shpjegojë rëndësinë e përshtatjes së produktit turistik për klientë me aftësi ndryshe;

Trashëgimi

- Të shpjegojë kuptimin mbi trashëgiminë kulturore e historike;
- Të dallojë veçoritë e trashëgimisë kulturore: materiale dhe shpirtërore;
- Të listojë kriteret e klasifikimit të zonave të mbrojtura , karakteristikat e tyre;
- Të dallojë llojet e monumenteve të kulturës sipas vlerave të tyre historike dhe shkencore;
- Të identifikojë monumentet e kulturës shqiptare, që janë pjesë e kulturës materiale botërore;
- Të identifikojë qendrat historike si qendra të qytetërimit shqiptar;
- Të dallojë parqet kryesore kombëtare arkeologjike shqiptare;
- Të dallojë tipologjitë e monumenteve të kultit sipas llojit të besimit;
- Të identifikojë kriteret e klasifikimit të zonave të mbrojtura , karakteristikat e tyre;
- Të identifikojë ndërvarësinë e kulturës materiale e shpirtërore dhe turizmit;
- Të përshkruajë llojet kryesore të turizmit, që mund të zhvillohen në Shqipëri duke shfrytëzuar këtë pasuri;
- Të listojë kriteret e klasifikimit të zonave të mbrojtura, karakteristikat e tyre;
- Të klasifikojë Festalet Kombëtare;
- Të shpjegojë veçoritë e muzeve, si pjesë e trashëgimisë materiale kulturore;
- Të përshkruajë ngjarjet kryesore fetare e rituale, origjinën dhe llojet e tyre;
- Të dallojë llojet kryesore të kostumeve qytetare, të fshatrave dhe krahinave shqiptare;
- Të përshkruajë veçoritë e kostumit popullor të zonës;
- Të dallojë karakteristikat e muzikës popullore sipas llojeve klasifikimit;
- Të shpjegojë llojet kryesore të folklorit dhe veglave të muzikës popullore;
- Të shpjegojë veçoritë e veprave të artit si pjesë e trashëgimisë kulturore shqiptare;
- Të evidentojë disa vepra të artit shqiptar sipas personaliteteve dhe periudhave historike;

Gjeografi

- Të shpjegojë kuptimin dhe rëndësinë e gjeografisë së turizmit;

- Të tregojë destinacionet kryesore turistike Shqiptare si dhe llojet e aktiviteteve turistike që mund të zhvillohen në to.(vendet, portet hyrëse, aeroportet, mali, deti, sitet arkeologjike, apo atraksionet kulturore);
- Të tregojë shtrirjen gjeografike të atraksioneve në Shqipëri, sipas llojeve të tyre;
- Të përshkruajë vendndodhjen dhe tipologjinë e destinacioneve dhe atraksioneve kryesore Evropiane dhe botërore, në veçanti për turistin shqiptar;
- Të vlerësojë lidhjen e turizmit me burimet dhe bukuritë natyrore, trashëgiminë kulturore dhe historike të vendit dhe mikpritjen;
- Të shpjegojë konceptin e infrastrukturës dhe veçoritë e saj në funksion të zhvillimit të udhëtimeve dhe turizmit (rrugët, telekomunikacioni, aeroportet, portet etj.);
- Të analizojë elementët themelore të turizmit (klima, relievi, objektet natyrore apo të krijuara nga njeriu, karakteristikat kulturore dhe historike, transporti dhe akomodimi), si bazë për krijimin e destinacioneve turistike;
- Të shpjegojë rëndësinë e peizazhit (relievit) natyror dhe të kultivuar për turizmin;
- Të shpjegojë rolin e florës dhe faunës në zhvillimin e turizmi;
- Të shpjegojë harta të ndryshme të Shqipërisë, sipas llojeve të tyre duke interpretuar elementët dhe shenjat e tyre;
- Të shpjegojë përdorimin e hartave digjitale për realizimin e itinerareve të ndryshme;

Veprime financiare dhe kontabël

- Të shpjegojë procesin e fiskalizimit;
- Të shpjegojë rëndësinë e zbatimit të afateve të shlyerjes së faturave;
- Të shpjegojë rëndësinë e hedhjes saktë të faturave të blerjes në sistem sipas furnitorëve;
- Të shpjegojë mënyrën e llogaritjes dhe deklarimit së TVSH sipas ligjit;
- Të shpjegojë hapat e hartimit të pasqyrës ekstrakontabël për llogaritjen e TVSH;
- Të shpjegojë rëndësinë e kryerjes së pagesave të pagave dhe detyrimeve tatimore sipas afateve ligjore;
- Të shpjegojë llojet e pagesës dhe mënyrën e realizimit të tyre;
- Të shpjegojë procedurën e llogaritjes së kostove të drejtpërdrejta, tërthorta dhe të kostove totale;
- Të shpjegojë mënyrën e llogaritjes së marzhit të fitimit;
- Të argumentojë domosdoshmërinë e arkivimit/mbajtjes të dokumentacionit të plotë, nga njësia, lidhur me çdo udhëtim apo paketë turistike, si dhe çdo klient;
- Të shpjegojë llojet e të ardhurave dhe shpenzimeve në agjencinë e turizmit;
- Të shpjegojë mënyrën e plotësimit të deklarave tatimore në fund të periudhës ushtrimore;
- Të shpjegojë mënyrën e mbylljes vjetore të një agjencie turistike;

Marketimi i produktit dhe shërbimit

- Të listojë subjektet ku do të orientohet marketingu B2B;
- Të përshkruajë trende të marketingut dhe kanale të reja shpërndarjeje;

- Të shpjegojë karakteristikat e tregjeve ku do të orientohet marketingu B2C;
- Të shpjegojë rëndësinë e bashkëpunimit për hartimin e strategjisë së marketingut të agjencisë;
- Të përshkruajë strategjinë e marketingut dhe detyrat konkrete.
- Të shpjegojë hapat për hartimin e fushatave të marketingut;
- Të përshkruajë konceptin Content Marketing;
- Të shpjegojë rëndësinë e Social Media Marketing;
- Të shpjegojë rëndësinë e pjesëmarrjes aktive në procesin e online SEO;
- Të shpjegojë mënyrën e hartimit të **ads** të targetuara për rrjetet sociale;
- Të përshkruajë hapat e realizimit të Off line SEO;
- Të shpjegojë rëndësinë e Inbound Marketing;
- Të përshkruajë account based marketing (ABM).

Komunikimi, etika profesionale dhe zhvillimi i karrierës

- Të shpjegojë rëndësinë e marrjes së informacionit të vazhdueshëm mbi problemet dhe të rejat e ditës;
- Të përshkruajë rregullat e komunikimit verbal dhe jo verbal;
- Të përshkruajë parimet e punës në grup në mënyrë korrekte;
- Të shpjegojë rëndësinë e zbatimit të kodit të etikës dhe rregullat e hierarkisë profesionale në komunikimin me klientët, eprorët dhe kolegët;
- Të përshkruajë kodin ndërkombëtar të etikës në turizëm;
- Të shpjegojë mënyrat e komunikimit me klientin mbi udhëtimet dhe shërbimet e ofruara;
- Të argumentojnë rolin e komunikimit në agjencinë turistike me klientët;
- Të shpjegojë rëndësinë e zbatimit të rregullave të higjienës personale;
- Të shpjegojë veçoritë e psikologjisë të turistit dhe grupit turistik;
- Të shpjegojë rëndësinë e komunikimit në një gjuhë të huaj;
- Të dallojë terminologjinë teknike ndërkombëtare;
- Të shpjegojë rëndësinë e zotërimit të një fjalori të pasur gjuhësor;
- Të rendisë llojet komunikimit zyrtar me shkrim;
- Të argumentojë domosdoshmërinë e respektimit të rregullave në hartimin e korrespondencës zyrtare me shkrim;
- Të përshkruajë rregullat bazë të prezantimit të agjencisë turistike, të produkteve dhe destinacioneve;
- Të dallojë teknologjitë e reja për të arritur një komunikim të shpejtë;
- Të argumentojë rëndësinë e zgjidhjes së ankesave dhe mosmarrëveshjeve me klientët;
- Të shpjegojë parimet e barazisë gjinore, racore, kombëtare, kulturore, fetare dhe të tjera në komunikimin me të tjerët;
- Të përcaktojë nevojat specifike për trajnim të vazhdueshëm;

- Të përshkruajë rëndësinë e përdorimit të teknologjive bashkëkohore për proceset e punës në agjencinë turistike;
- Të shpjegojë rëndësinë e pjesëmarrjes në trajnime të vazhdueshme e të përditësuara;
- Të shpjegojë rëndësinë e përditësimit me literaturën bashkëkohore lidhur me zhvillimet më të fundit në fushën e turizmit;
- Të shpjegojë procedurat e vizave dhe burimet e informacionit të tyre;
- Të shpjegojë procedurat e ndjekjes së bagazhit;
- Të shpjegojë rëndësinë e sigurimit të shëndetit në udhëtim;

Menaxhimi i riskut, siguria në punë dhe mbrojtja e mjedisit

- Të shpjegojë rëndësinë e vlerësimit të rreziqet dhe kërcënimet sipas llojit të aktivitetit;
- Të përshkruajë procedurat standarde të veprimtarisë SOP sipas llojit të itinerarit, gjendjes së klientit dhe përgatitjes së stafit;
- Të shpjegojë rëndësinë e hartimit të planit të masave në rast rreziku, sipas llojit të itinerarit, gjendjes së klientit dhe përgatitjes së stafit;
- Të shpjegojë rëndësinë e ruajtjes së të dhënave mbi ngjarjet e ndodhura sipas formateve të përcaktuara nga agjencia;
- Të analizojë ngjarjet e ndodhura sipas rastit;
- Të shpjegojë rëndësinë e zbatimit të manualit përkatës në përdorimin e mjeteve dhe pajisjeve të punës;
- Të shpjegojë rëndësinë e zbatimit të legjislacionit shqiptar për rregullat e sigurimit teknik dhe standardet ndërkombëtare për sigurinë në turizëm;
- Të shpjegojë mënyrën e dhënies së ndihmës së parë në rast aksidenti, sipas procedurës.
- Të shpjegojë planin e evakuimit në raste emergjence sipas procedurës respektive.
- Të shpjegojë rregullat e shpëtimit dhe mbrojtjes ndaj zjarrit, sipas rregullores përkatëse.
- Të shpjegojë protokollet e duhura në raste pandemie;
- Të shpjegojë rëndësinë e zhvillimit të qëndrueshëm të mjedisit;
- Të shpjegojë ndërveprimin në marrëdhënien turizëm – mjedis;
- Të interpretojë rregullat e mbrojtjes së mjedisit;
- Të tregojë dhe jap shembuj të ndikimit të mbetjeve në mjedis dhe ndikimi i tij në turizëm;
- Të përshkruajë risqet e mundshme të destinacionit të kërkuar (kultura, feja, politika, natyra, etj.);

Zhvillimi i qëndrueshëm

- Të shpjegojë rëndësinë e pjesëmarrjes në hartimin e politikave, misionit, vizionit të agjencisë dhe planit të veprimtarisë për qëndrueshmërinë;
- Të shpjegojë rëndësinë e pjesëmarrjes në forume dhe grupe të jashtme pune për të ndikuar në përmirësime institucionale lidhur me qëndrueshmërinë;
- Të shpjegojë tiparet e qëndrueshmërisë së furnitorëve të shërbimeve;

- Të shpjegojë rëndësinë e publikimit të politikave të qëndrueshmërisë së biznesit në faqen e internetit ose mjete të tjera, për t'i bërë të aksesueshme nga klientët, furnitorët e shërbimeve dhe personeli;
- Të përshkruajë mënyrat e sistemimit dhe ruajtjes së informacionit, vlerësimet, raportet lidhur me qëndrueshmërinë;
- Të përshkruajë legjislacionin lidhur me konkurrencën, punën, marrëdhëniet me personat me aftësi ndryshe dhe kërkesa të veçanta etj.;
- Të argumentojë rëndësinë e zbatimit të politikës së agjencisë mbi transportin e personelit, klientëve, turistëve etj. me mjete që nuk e dëmtojnë mjedisin;
- Të përshkruajë politikat e biznesit lidhur me ruajtjen e pasurisë arkeologjike, historike, kulturore, shpirtërore, fetare etj.;
- Të listojë akomodime të qëndrueshme sipas vlerësimeve paraprake;
- Të përshkruajë mënyrën e plotësimit të kontratave me udhërrëfyesit duke respektuar planin e qëndrueshmërisë së agjencisë;
- Të shpjegojë rëndësinë e evidentimit të projekteve dhe iniciativave lokale, rrjeteve ekonomike lokale mbi ruajtjen e biodiversitetit;
- Të shpjegojë rëndësinë e zbatimit të parimeve të zhvillimit të qëndrueshëm lidhur me riciklimin dhe menaxhimin e mbetjeve;
- Të shpjegojë rëndësinë e përdorimit në mënyrë racionale të energjisë, ujit, materialeve etj.;
- Të shpjegojë procesin e ruajtjes dhe magazinimit të materialeve në përputhje me udhëzimet përkatëse në mënyrë që të mos rrezikojë ndotjen e mjedisit;
- Të shpjegojë rëndësinë e respektimit të privatësisë dhe të drejtave e klientëve;
- Të shpjegojë faktorët që ndikojnë në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit;
- Të argumentojë domosdoshmërinë e përfshirjes së palëve të interesit në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit;

SHPREHI PROFESIONALE

Individi duhet të dijë:

Planifikimi dhe organizimi i punës

- Të dallojë tendencat dhe faktorët e zhvillimit të industrisë së turizmit në vendin tonë dhe në botë;
- Të identifikojë faktorët që influencojnë në fushën e turizmit;
- Të zbatojë kuadrin ligjor në fushën e turizmit;
- Të zbatojë procedurat për themelimin e agjencisë turistike;
- Të improvizojë mënyrën e organizimit të agjencive turistike dhe organizimin ergonomik të vendit të punës;
- Të kryejë planifikimin e veprimtarisë në agjencinë turistike;

- Të dallojë sipërmarrjet turistike nga pikëpamja e objektit të veprimtarisë, karakteristikave, veçorive, mënyrës së organizimit dhe marrëdhënieve midis tyre;
- Të përdorë burimet e nevojshme për veprimtarinë e agjencisë turistike;
- Të përdorë mjetet dhe pajisjet e nevojshme për agjencinë turistike;
- Të përdorë (TIK) teknologjinë e informacionit dhe komunikimit në turizëm;
- Të përdorë llojet e softuare-ve dhe programeve për veprimtarinë në agjencinë turistike;
- Të zbatojë procedurat e rekrutimit dhe përzgjedhjes së burimeve njerëzore në fushën e turizmit;
- Të kryejë ndarjen dhe menaxhimin e detyrave në ekip;
- Të monitorojë pastrimin dhe sistemimin e vendit të punës;
- Të përdorë mjetet dhe pajisjet për mirëmbajtjen e vendit të punës;
- Të kryejë plotësimin dhe hartimin e dokumentacionit në agjencitë turistike, sipas përdorimit të tyre;
- Të arkivojë dokumentacionin e plotë, lidhur me çdo udhëtim apo paketë turistike, si dhe çdo klient;
- Të përcjellë informacionin në mënyrë horizontale dhe vertikale ;
- Të hartojë raporte në formatet përkatëse;

Studimi i tregut

- Të përcaktojë qëllimin kryesor dhe objektivat për studimin e tregut;
- Të përcaktojë kërkesën dhe ofertën në tregun turistik;
- Të përzgjedhë mbartësit dhe burimet e ndryshme të informacionit mbi tregun turistik;
- Të dallojë funksionin e operatorëve, agjencive, institucioneve etj. në fushën e turizmit;
- Të dallojë llojet kryesore të turizmit (turizmi detar, malor, i aventurës, dasmave.....);
- Të dallojë kriteret e segmentimit të tregut;
- Të zbatojë metodat e kërkimit të tregut në terren dhe online;
- Të krijojë marrëdhënie bashkëpunimi me aktorët e tjerë të tregut turistik;
- Të përdorë të dhënat statistikore lidhur tendencat në turizmin;
- Të përpunojë informacionin e mbledhur nga burime të ndryshme;
- Të përcaktojë klientët potencialë në funksion të agjencisë dhe operatorit turistik;
- Të përcaktojë tipologjinë e furnitorëve në tregun turistik dhe rëndësinë e marrjes së informacioneve për to;
- Të sigurojë informacione të përditësuara për konkurrentët në treg;
- Të përshtatë veprimtarinë e vet sipas trendeve dhe dinamikave të tregut;

Blerja e produkteve dhe shërbimeve në fushën e turizmit

- Të përcaktojë nevojat e agjencisë për blerjen e shërbimeve turistike;
- Të bashkëpunojë me kolegë të sektorëve të ndryshëm për saktësimin e nevojave për blerje;
- Të përzgjedhë, sipas kriterëve, furnitorët e shërbimeve turistike;
- Të kryejë konfirmimin e porosive në funksion të përputhjes së tyre me porosinë përkatëse;
- Të zbatojë hapat e duhura për blerjen e shërbimeve të udhëtimit;

- Të përzgjedhë sistemet e mundshme të blerjes së shërbimeve të udhëtimit;
- Të kryejë hedhjen në pasqyra dhe/ose sistem të porosive sipas statusit (të konfirmuara, në përpunim dhe shërbimet të cilat nuk janë blerë ende...);
- Të plotësojë kontratat me furnitorët për shërbimet që do të blihen;
- Të llogaritë paradhëniet që duhet të paguhen për furnitorët;
- Të përcjellë informacionin për zyrën e financës, lidhur me parapagimet, pagesat përfundimtare në përputhje me afatet e kryerjes së tyre;
- Të kryejë informimin e furnitorëve të shërbimeve lidhur me ecurinë e shitjeve;
- Të zbatojë hapat për kryerjen e anulimeve të shërbimeve të porositura;
- Të dokumentojë procesin për rregullimin e marrëdhënieve në rast anulimesh;
- Të administrojë dokumentacionin e blerjes;
- Të zbatojë teknikat e negocimit të çmimit me klientët;
- Të kontrollojë ecurinë e shitjeve të paketave të udhëtimit të parapërgatitura;
- Të plotësojë saktë faturat paraprake për shërbimet apo produktet e kontraktuara për blerje;
- Të trajtojë ankesat e klientëve;
- Të improvizojë rastet e dëmshpërblimit për ankesat dhe kërkesat e klientëve;
- Të përditësojë bankën e të dhënave të agjencisë për blerjen dhe shitjen e produktit turistik;

Shitja e produkteve dhe shërbimeve në fushën e turizmit

- Të kategorizojë tipologjitë e klientëve sipas kërkesave të tyre;
- Të kryejë informimin e klientëve mbi udhëtimet, përmbajtjen e paketave dhe produkteve turistike, si dhe shërbime të tjera të ofruara;
- Të përshtatë produktin turistik për klientët;
- Të përcaktojë elementët përbërës të çmimit për çdo produkt;
- Të përzgjedhë teknikat e negocimit të çmimit me klientët;
- Të konfirmojë porositë për klientët;
- Të kontrollojë ecurinë e shitjeve të paketave të parapërgatitura;
- Të plotësojë faturat paraprake për shërbimet dhe produktet e kontraktuara për shitje;
- Të plotësojë dokumentacionin për rregullimin e marrëdhënieve në rastet e anulimeve, dëmshpërblimeve etj.;

Krijimi i produktit

- Të evidentojë kërkesat për produkte turistike në bazë të informacionit të siguruar nga studimi i tregut;
- Të evidentojë karakteristikat dhe trendet e zhvillimit të produkteve turistike, sipas segmentit të tregut për të cilin krijohen;
- Të përcaktojë rajonin e zhvillimit të produktit turistik, sipas politikave të agjencisë;
- Të përcaktojë kohëzgjatjen e paketave, tipologjitë e akomodimit, mënyrat e transportit në varësi të kërkesave të tregut dhe klientëve;
- Të përzgjedhë llojet e shërbimeve mbështetëse, pjesë e paketave dhe produkteve sipas rasteve;
- Të bashkëpunojë me furnitorët e shërbimeve turistike për ofrimin e shërbimeve në cilësinë e kërkuar;
- Të hartojë itinerare udhëtimesh sipas kërkesave dhe tipologjisë së klientëve;

- Të përgatitë informacion të detajuar të produkteve turistike dhe shërbimeve të përfshira në to;
- Të përgatitë informacion të detajuar dhe të përditësuara të destinacioneve dhe atraksioneve që do të vizitohen;
- Të testojë paraprakisht produktet;
- Të përcaktojë numrin minimal dhe maksimal të grupit sipas paketave dhe produkteve në përputhje me karakteristikat e tyre;
- Të përzgjedhë shërbimet turistike që përbëjnë produktin;
- Të përzgjedhë kombinimet e shërbimeve në funksion të krijimit të produktit;
- Të përcaktojë elementët përbërës të produktit turistik sipas llojit të tij;
- Të llogaritë kostot e drejtpërdrejta, të përbashkëta dhe totale të paketave dhe shërbimeve;
- Të llogaritë çmimet e produkteve sipas llojeve të tyre;
- Të përshtatë kërkesat dhe profilet e klientit në krijimin e produktit turistik të personalizuar;
- Të evidentojë dallimet ndërmjet produkteve të parapërgatitura (scheduled) dhe atyre të cilat krijohen me porosi të klientit;
- Të dallojë kriteret e përzgjedhjes së produkteve të parapërgatitura që do të ofrohen në vartësi të segmentit ku njësia zhvillon veprimtarinë;
- Të përzgjedhë llojin e produktit për klientit;
- Të grupojë llojet e produkteve turistike në vartësi të segmentit të tregut;

Trashëgimi

- Të prezantojë te klienti trashëgiminë kulturore: materiale dhe shpirtërore;
- Të prezantojë llojet e monumenteve të kulturës sipas vlerave të tyre historike dhe shkencore;
- Të dallojë monumentet e kulturës shqiptare, që janë pjesë e kulturës materiale botërore;
- Të prezantojë qendrat historike, si qendra të qytetërimit shqiptar dhe parqet kryesore kombëtare arkeologjike shqiptare;
- Të dallojë karakteristikat e muzikës popullore sipas llojeve të tyre, kostumit popullor të zonës, ritet dhe zakonet kryesore;

Gjeografi

- Të informojë klientin lidhur me destinacionet kryesore turistike Shqiptare si dhe llojet e aktiviteteve turistike që mund të zhvillohen në to. (vendet, portet hyrëse, aeroportet, mali, deti, sitet arkeologjike, apo atraksionet kulturore);
- Të informojë klientin lidhur me shtrirjen gjeografike të atraksioneve në Shqipëri sipas llojeve të tyre;
- Të informojë klientin lidhur me infrastrukturën dhe veçoritë e saj në funksion të zhvillimit të udhëtimeve dhe turizmit (rrugët, telekomunikacioni, aeroportet, portet etj.);
- Të informojë klientin lidhur me elementët themelore të turizmit (klima, relievi, objektet natyrore apo të krijuara nga njeriu, karakteristikat kulturore dhe historike, transporti dhe akomodimi), si bazë për krijimin e destinacioneve turistike;
- Të informojë klientin lidhur me peizazhet (relievit) natyror dhe të kultivuar për turizmin;
- Të informojë klientin lidhur me florën dhe faunën në zhvillimin e turizmi;
- Të përdorë harta të ndryshme të Shqipërisë sipas llojeve të tyre duke interpretuar elementët dhe shenjat e tyre;
- Të përdorë harta digjitale për realizimin e itinerareve të ndryshme;

Veprime financiare dhe kontabël

- Të realizojë procesin e fiskalizimit;
- Të zbatojë afatet e shlyerjes së faturave;
- Të kryejë hedhjen e faturave të blerjes në sistem sipas furnitorëve;
- Të llogaritë TVSH (Tatimin mbi Vlerën e Shtuar) në pasqyra ekstrakontabël;
- Të kryejë deklarimin e TVSH sipas ligjit;
- Të gjenerojë librat e blerjes dhe shitjes nga sistemi Selfcare sipas ligjit;
- Të hartojë listëpagesat në E-filling;
- Të kryejë pagesat e pagave dhe detyrimeve tatimore sipas afateve ligjore;
- Të grupojë kostot, në të drejtpërdrejta dhe të tërthorta;
- Të llogaritë kostot (të drejtpërdrejta, të tërthorta dhe të kostove totale);
- Të zbatojë procedurën e shpërndarjes së kostove të tërthorta ndërmjet produkteve turistike të prodhuara;
- Të llogaritë marzhin e fitimit;
- Të llogaritë të ardhurat dhe shpenzimet e agjencisë turistike;
- Të kontabilizojë të ardhurat dhe shpenzimet e agjencisë turistike;
- Të kontabilizojë veprimet në lidhje me parapagime, arkëtime, pagesa etj.;
- Të plotësojë deklarata tatimore në fund të periudhës ushtrimore;
- Të paraqesë mbylljen vjetore të një agjencie turistike;

Marketimi i produktit dhe shërbimit

- Të përcaktojë subjektet ku do të orientohet marketingu B2B (business-to-business);
- Të evidentojë trende të marketingut dhe kanale të reja shpërndarjeje;
- Të përcaktojë karakteristikat e tregjeve ku do të orientohet marketingu B2C (business-to-consumer);
- Të bashkëpunojë për hartimin e strategjisë së marketingut të agjencisë;
- Të zbatojë strategjinë e marketingut dhe detyrat e tij konkrete;
- Të zbatojë hapat për hartimin e fushatave të marketingut;
- Të realizojë Content Marketing;
- Të realizojë Social Media Marketing;
- Të marrë pjesë në mënyrë aktive në procesin e online SEO;
- Të krijojë **ads** të targetuara për rrjetet sociale;
- Të realizojë Off line SEO;
- Të realizojë Inbound Marketing;
- Të realizojë account based marketing (ABM).

Komunikimi, etika profesionale dhe zhvillimi i karrierës

- Të informohet në kohë reale mbi ecurinë e aktivitetit;
- Të zbatojë rregullat e komunikimit verbal dhe jo verbal;
- Të praktikojë dëgjimin aktiv dhe të vëmendshëm në një komunikim;

- Të krijojë klimë pozitive në bisedë me klientin;
- Të zbatojë parimet e punës në grup në mënyrë korrekte;
- Të zbatojë rregullat e higjienës personale;
- Të zbatojë kodin e etikës dhe rregullat e hierarkisë profesionale në komunikimin me klientët, eprorët dhe kolegët;
- Të përdorë teknologjitë e reja për të arritur një komunikim të shpejtë;
- Të zgjidhë ankesat dhe mosmarrëveshjet me klientët;
- Të përdorë terminologjinë profesionale në gjuhën amtare dhe/ose gjuhë të huaj;
- Të respektojë rregullat e hartimit të korrespondencës zyrtare me shkrim;
- Të zbatojë parimet e barazisë gjinore, racore, kombëtare, kulturore, fetare dhe të tjera në komunikimin me të tjerët;
- Të përcaktojë nevojat specifike për trajnim të vazhdueshëm;
- Të përdorë teknologjitë bashkëkohore për proceset e punës në agjencinë turistike;
- Të marrë pjesë në trajnime të vazhdueshme e të përditësuara;
- Të përzgjedhë llojet e literaturës bashkëkohore lidhur me zhvillimet më të fundit në fushën e turizmit;
- Të informojë klientin lidhur me procedurat e vizave dhe burimet e informacionit të tyre;
- Të këshillojë klientët për procedurat e ndjekjes së bagazhit;
- Të këshillojë klientin për pajisjen me policën e shëndetit në udhëtim;

Menaxhimi i riskut, siguria në punë dhe mbrojtja e mjedisit

- Të vlerësojë rreziqet dhe kërcënimet sipas llojit të aktivitetit;
- Të hartojë procedurat standarde të veprimtarisë SOP sipas llojit të itinerarit, gjendjes së klientit dhe përgatitjes së stafit;
- Të hartojë planin e masave, në rast rreziku, sipas llojit të itinerarit, gjendjes së klientit dhe përgatitjes së stafit;
- Të ruajë të dhënat mbi ngjarjet e ndodhura, sipas formateve të përcaktuara nga agjencia;
- Të zbatojë manualët përkatëse në përdorimin e mjeteve dhe pajisjeve të punës;
- Të zbatojë legjislacionin shqiptar për rregullat e sigurimit teknik dhe standardet ndërkombëtare për sigurinë në turizëm;
- Të japë ndihmën e parë në rast aksidenti sipas procedurës;
- Të respektojë sinjalistikën në mjediset e ndërtesës sipas rregullores së brendshme;
- Të zbatojë planin e evakuimit në raste emergjence sipas procedurës respektive;
- Të zbatojë rregullat e shpëtimit dhe mbrojtjes ndaj zjarrit sipas rregullores përkatëse;
- Të identifikojë dhe të raportojë sipas rastit tek personat përgjegjës për mosfunksionimin e mjeteve dhe pajisjeve të punës;
- Të zbatojë në mënyrë rigorozë protokollet e duhura në raste pandemie.

Zhvillimi i qëndrueshëm

- Të marrë pjesë në hartimin e politikave, misionit, vizionit të agjencisë dhe planit të veprimtarisë për qëndrueshmërinë;
- Të marrë pjesë në forume dhe grupe interesi lidhur me qëndrueshmërinë;
- Të vlerësojë tiparet e qëndrueshmërisë së furnitorëve të shërbimeve;

- Të publikojë politikat e qëndrueshmërisë së biznesit në faqen e internetit ose mjete të tjera, për t'i bërë të aksesueshme nga klientët, furnitorët e shërbimeve dhe personeli;
- Të zbatojë mënyrat e sistemit dhe ruajtjes së informacionit, vlerësimet, raportet lidhur me qëndrueshmërinë;
- Të zbatojë legjislacionin lidhur me konkurrencën, punën, marrëdhëniet me personat me aftësi ndryshe dhe kërkesa të veçanta etj.;
- Të zbatojë politikën e agjencisë mbi transportin e personelit, klientëve, turistëve etj. me mjete që nuk e dëmtojnë mjedisin;
- Të zbatojë politikat e biznesit lidhur me ruajtjen e pasurisë arkeologjike, historike, kulturore, shpirtërore, fetare etj.;
- Të përzgjedhë akomodime të qëndrueshme sipas vlerësimeve paraprake;
- Të bashkëpunojë në hartimin e kontratave me udhërrëfyesit duke respektuar planin e qëndrueshmërisë së agjencisë;
- Të evidentojë projektet dhe iniciativat lokale, rrjetet ekonomike lokale, për ruajtjen e biodiversitetit;
- Të zbatojë parimet e zhvillimit të qëndrueshëm lidhur me riciklimin dhe menaxhimin e mbetjeve;
- Të përdorë në mënyrë racionale energjinë, ujin, materialet etj.;
- Të zbatojë procesin e ruajtjes dhe magazinimit të materialeve në përputhje me udhëzimet përkatëse në mënyrë që të mos rrezikojë ndotjen e mjedisit;
- Të respektojë privatësinë dhe drejtat e klientëve.

KOMPETENCA TE PERGJITHSHME

- Të komunikojë në mënyrë korrekte me shkrim e me gojë për të shprehur mendimet e ndjenjat e tij dhe për të argumentuar opinionet për çështje të ndryshme;
- Të përdorë burime dhe teknika të ndryshme të mbledhjes dhe të shfrytëzimit të informacioneve të nevojshme për zhvillimin e tij personal dhe profesional;
- Të nxisë potencialin e tij të brendshëm në kërkim të vazhdueshëm për zgjidhje të reja më efektive dhe më eficiente;
- Të angazhohet fizikisht, mendërisht dhe emocionalisht në kryerjen e detyrave të ndryshme në kontekstin profesional, personal dhe shoqëror;
- Të respektojë rregullat dhe parimet e një bashkëjetese demokratike në kontekstin e integriteteve lokale, rajonale;
- Të manifestojë guxim dhe aftësi sipërmarrëse për të ardhmen e tij;
- Të tregojë vetëkontroll gjatë ushtrimit të veprimtarive të tij;
- Të organizojë drejt procesin e të nxënies së tij dhe të shfaqë gatishmërinë dhe vullnetin për të nxënë gjatë gjithë jetës;
- të respektojë parimet e punës në grup dhe të bashkëpunojë aktivisht në arritjen e objektivave të pranuar;
- Të vlerësojë dhe vetëvlerësojë nisur nga kritere të drejta si bazë për të përmirësuar dhe çuar më tej arritjet e tij.

- **Standard operating procedure (SOP)** Një procedurë standarde operative (SOP) është një grup udhëzimesh hap pas hapi të përpiluara nga një organizatë për të ndihmuar punonjësit të kryejnë operacione rutinë.
- **Business-to-Business (B2B)** Biznes-me-biznes (B2B ose, në disa vende, BtoB) është një situatë ku një biznes bën një transaksion tregtar me një tjetër.
- **(business-to-consumer) B2C** B2C, ose Business-to-Consumer, i referohet llojit të tregtisë ku bizneset shesin produkte ose shërbime drejtpërdrejt tek konsumatorët individualë. **Ai përfshin transaksione të kryera përmes kanaleve të ndryshme si platformat online, dyqanet me pakicë ose shitjet direkte.**
- **Account based marketing (ABM)** Marketingu i bazuar në llogari është një strategji shitjesh dhe marketingu B2B që kërkon që të dy ekipet të angazhojnë kolektivisht llogari specifike të synuara që konsiderohen të përshtatshme për produktet/shërbimet e shitura nga marka.
- **Search Engine Optimization(SEO)** SEO do të thotë "optimizimi i motorit të kërkimit"., SEO nënkupton procesin e përmirësimit të faqes suaj të internetit për të rritur shikueshmërinë e saj në Google, Microsoft Bing dhe motorë të tjerë kërkimi sa herë që njerëzit kërkojnë
- **Content Marketing** Marketingu i përmbajtjes është një strategji marketingu që përdoret për të tërhequr, angazhuar dhe mbajtur një audiencë duke krijuar dhe ndarë artikuj, video, podcaste dhe media të tjera përkatëse