



UNIVERSITETI I SHKODRËS

“Luigj Gurakuqi”

SENATI

Nr. 722 prot.

Shkodër, më 24.02, 2017

V E N D I M

nr. 71, datë 24, 2017

“ P Ë R MIRATIMIN E STRATEGJIVE SEKTORIALE TË USH-SË”

Në mbështetje të ligjit nr. 80/2015 “Për arsimin e lartë dhe kërkimin shkencor në institucionet e arsimit të lartë, në Republikën e Shqipërisë” neni 38, Statutit të Universitetit, Senati Akademik në mbledhjen e tij të datës 24.02.2017:

V E N D O S I:

1. Miratimin e strategjive sektoriale të USH-së sipas materialeve bashkëngjitur.
2. Ky vendim hyn në fuqi menjëherë.

Rektori



Prof. dr. Adem BEKTESHI

UNIVERSITETI I SHKODRËS "LUIGJ GURAKUQI"



Strategjia e Komunikimit dhe Informimit Publik

Dhjetor, 2016



STRATEGJIA E KOMUNIKIMIT DHE INFORMIMIT PUBLIK

PËRMBAJTJA

1	Vizioni dhe qëllimi	4
2	Parimet e realizimit të strategjisë së komunikimit dhe informimit publik	5
3	Prezantim i situatës ekzistuese	6
3.1	Vlerësim i aplikimit të parimeve të zbatuara	6
3.2	Vlerësimi i audiencave	6
3.3	Vlerësimi i kanaleve të komunikimit	6
3.4	Vlerësimi i strukturës organizative	6
4	Informimi dhe komunikimi i USH-së me publikun në katër vitet e ardhshme	7
4.1	Koncepti për të ardhmen	9
5	Vizioni	11
6	Qëllimi	13
		13



LISTA E SHKURTIMEVE

- BLSH – Biblioteka e Universitetit të Shkodrës
- DBNJ – Dega e Burimeve Njerëzore
- DF – Dega e Financës
- DJ – Dega Juridike
- DKSH –
- DMJ – Dega e Marrëdhënieve me Jashtë
- IAI – Institut i Arsimit të Lartë
- NIQ - Njësia e qendëruar përgjegjëse
- SA - Staf administrativ
- SCVS -
- SKSHIP –
- UNISHIK - Universiteti i Shkodrës
- US - Unioni studentor
- USH – Universiteti i Shkodrës



I VIZIONI DHE QËLLIMI

Strategjia e komunikimit dhe informimit publik është pjesë e rëndësishme e Strategjisë së përgjithshme të zhvillimit të Universitetit "Luigj Gurakuqi". Shkodër. Synimi i saj është të rregullojë dhe përmirësojë marrëdhëniet me publikun, përmes diversifikimit të mundësive për komunikim, shfrytëzimit të teknologjive të informacionit dhe komunikimit masiv bazuar jo vetëm në kërkesën për informim, por dhe nevojën për të krijuar një nivel bashkëkohor dhe konkurrues të Universitetit në fushën e arsimit të lartë dhe kërkimit shkencor. Komunikimi efektiv ndodhet, si në çdo sektor të jetës, në qendër të pothuajse çdo aspekti të veprimtarisë universitare, pasi ai lidh universitetin me të gjithë aktorët me të cilët bashkëvepron: staf akademik dhe administrativ, studentë, partnerë vendas dhe të huaj, institucione të pushteti qendror e lokal, media, komunitet etj.

Politikat e komunikimit dhe informimit publik mbështesin vizionin e Strategjisë së Përgjithshme e të Universitetit dhe Strategjive sektoriale, duke lehtësuar njohjen dhe zbatimin e tyre jo vetëm nga përfituesit, por edhe nga partnerët tanë në përmbushjen e objektivave strategjike. Në thelb, strategjia përbën një përpjekje për të çuar më tej komunikimin mes Universitetit dhe audiencës, komunitetit brenda dhe jashtë botës akademike, në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar, studentëve dhe qytetarëve, çfarë përbën edhe bërbamën rreth së cilës shpëllohet plani i zhvillimit të saj.

Kjo strategji do të jetë një ndihmesë për përmirësimin e performancës së e Universitetit duke rritur transparencën përmes ofrimit efektiv të informacionit, përmirësimin të njeteve të komunikimit me qëllim përthithjen e mendimit nga brenda dhe nga jashtë institucionit për çështje që ndikojnë në rrugën e cilësisë së jetës akademike e intelektuale.

Vizioni ynë është: Universiteti i Shkodrës, institucion i dijes, shkencës dhe vlerave komunitare e intelektuale, mundësuar përmes komunikimit dhe informimit transparent.



2 PARIMET E REALIZIMIT TË STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT DHE INFORMIMIT PUBLIK

Realizimi i qellimit strategjik të komunikimit dhe informimit publik bazohet në disa parime teorike dhe aspekte praktike si:

- Parimi i balancimit të një marrëdhënieje për informacion dhe ndërveprim të vazhdueshëm të natyrës utilitare që harmonizon kërkesën e USH për të konsoliduar prezantimin e vet si institucion arsimor dhe shkencor (USH në qendër) dhe kërkesat e përfutuesve dhe të grupeve të interesit të arsimit të lartë (audienca në qendër); Komunikim i kombinuar: komunikim njëkahësh dhe komunikim simetrik dykahësh. Qarkullim i informacionit, nga marrësi tek dërguesi dhe anasjelltas;
- Parimi i komunikimit në rrjet dhe informimit ndërmjet gjithë aktorëve brenda dhe jashtë USH që qarkullon: nga lartë-poshtë, nga organet dhe autoritetet drejtuese të USH drejt njësisve bazë, nga poshtë – lart, nga njësitë bazë tek organet dhe autoritetet drejtuese të USH; horizontalisht, ndërmjet departamenteve, apo departamenteve dhe njësisve administrative; nga brenda - jashtë, nga organi dhe strukturat e universitetit drejt aktorëve të zhvillimit, IAJ, vendase dhe të huaja, si dhe klientëve; nga jashtë-brenda duke iu përgjigjur tendencave, interesave dhe kërkesave për partnerietë dhe shërbime.
- Parimi i angazhimit me përgjegjësi sociale nga Universiteti, i cili përdor një kuadër të përgjithshëm vlerash, standardesh, mjetesesh, nga pikëpamja sociale për të transformuar zhvillimin e kapaciteteve njerëzore intelektuale në përfitime të qëndrueshme për të gjithë komunitetin.



3 PREZANTIMI I SITUATËS EKZISTUESE

Për të vlerësuar situatën ekzistuese të informimit dhe komunikimit me publikun jemi bazuar në të dhëna cilësore dhe sasore të mbledhura përmes pyetësorëve dhe burime dytësore të strukturave të universitetit të aranzhuara me funksione specifike në marrëdhëniet me publikun.

3.1 VLERËSIMI I APLIKIMIT TË PARIMEVE TË ZBATLURA.

Komunikimi i Universitetit me Publikun u vlerësua sipas katër opsioneve: dobët, mjaftueshëm, mirë dhe shumë mirë. Sipas perceptimeve të strukturave përbërëse dhe individëve të UJSH-së, ka vend për përmirësime të ndjeshme në komunikimin dhe informimin me publikun. Menaxhimi i marrëdhënive me publikun mund të realizohet në nivel Rektorati, Fakulteti, Departamenti. Opinioni i përgjithshëm është se komunikimi, në atë masë që ekziston, është mundësuar në nivel Rektorati, thuhet fare pak në nivel Fakulteti apo Departamenti.

Lidhur me strukturat/strukturën e mundshme përgjegjëse për komunikimin me publikun nuk ka një perceptim të unifikuar. Opinione lidhen me strukturat e stafit akademik ose ndihmës akademik. Mendohet se përgjegjëse për komunikimin është struktura IT-së në UJSH, Rektorati (pa specifikuar se kush), deçjuesit e njëjësive kryesore ose bazë (dekanit, drejtor departamenti), stafit akademik (anëtarët), asnjë.

3.2 VLERËSIMI I AUDIENCAVE.

Lidhur me tipologjinë e audiencave me të cilat komunikohet opinionet janë të ndryshme, bazuar edhe në funksionet e strukturave që morën pjesë në vlerësim(takuteti, departamenti, individit). Më të knuuarit janë staf akademik dhe jo akademik, studentë aktualë dhe potencialë, maturanët, IAL-të e tjera brenda vendit dhe jashtë tij, institucione të pushtetit qendror dhe lokal, organizata jo qeveritare vendase dhe të huaja, përfaqësitë diplomatike dhe strukturat e tyre në vendin tonë, komuniteti i biznesit, komuniteti gjyetar i rajonit të Shkodrës, punëdhënës privat e shtetëror në panairët e punës, agjensitë turistike të Rajonit.

3.3 VLERËSIMI I KANALEVE TË KOMUNIKIMIT.

Kanalet e përdorimit të gjerë në komunikimin e T/SFI-së me publikun, në shkallë zbrojtëse u vlerësua se janë Web, rrjetet sociale, fushatat e informimit (në shkallë Fakulteti), zyra informimi për komunikimin e brendshëm, media.

3.4 VLERËSIMI I STRUKTURËS ORGANIZATIVE.

Aktualisht në Universitetin e Shkodrës nuk ka një njësi të qendëruar për komunikim me publikun. Janë disa struktura apo individë që e realizojnë këtë proces të rëndësishëm, si më poshtë:

Specialistët i komunikimit pranë zyrës së Rektorit, që komunikojnë informacione të ndryshme që lidhen me organizimin, mbledhje dhe aktivitetet të strukturave drejtuese të universitetit. Jepnë informacion përmes relacionesh të ndryshme për përmbajtjen e këtyre mbledhjeve.

Deget e Kulturës dhe e Shpirtëskimit informojnë publikun e gjerë për arritjet e universitetit përmes botimeve shkencore, broshurave, faqes zyrtare elektronike dhe mediave kombëtare e lokale. Në të gjitha këto hapësira publikohen veprimtari të shkencore, konferencat, sesionet, seminarët e leksionet e hapura, promovimet, ekspozitat, veprimtari të kulturore e sportive, veprimtari të jubilarë, panairët, marrëveshjet, projektet, binjakëzimet, mobilitetet, etj.

Deget e Burimeve Njerëzore informojnë publikun e gjerë për të gjitha fazat e rekrutimit të personelit akademik dhe ndihmës në Universitet. Konkretisht ajo informon përmes njoftimeve të hapjes së vendeve të punës, kritereve përkatëse, ankimeve dhe shpalljeve on line dhe në media. Përveç aplikimit tradicional është risi pozitive edhe aplikimi online për pjesëmarrjen në konkursët për pedagogë të brendshëm dhe të jashtëm.

Deget e Informacionit dhe e Teknologjisë mundëson shkëmbimin e informacioneve të ndryshme që kanë të bëjnë me mësimdhënien dhe vlerësimin, përmes portali të pedagogëve dhe studentëve në faqen zyrtare elektronike të Universitetit. Kjo degë mundëson edhe shkëmbimin e informacionit elektronik me institucione të tjera të arsimit të lartë dhe me ministrinë. Kjo degë mbikëqyr rrjetin elektronik dhe sistemin.



Dega e Marrëdhënive me Jashë dhe e zhvillimit jep informacion të hollësishëm për publikun lidhur me projektet ndërkombëtarizuese të USH-së. Publikon marrëveshjet, memorandumet, kontratat e ndryshme me institucione homologe, vlerësimet e studentëve në gjuhët e huaja, mobilitetet e studentëve dhe statit akademik apo ndihmës.

Sekretariatë e dekanatve dhe sekretariatë mësimore në fakultete japin informacione të ndryshme për studentët dhe komunitetin në lidhje me shumtë çështje që kanë të bëjnë me rregullat, procedurat, procesin mësimor dhe vepimtaritë e ndryshme në funksion të studentëve e pedagogëve, më së shumti në ballafaqime individuale.



4 INFORMIMI DHE KOMUNIKIMI I USH-SË ME PUBLIKUN NË KATËR VITET E ARDHSHME.

Bazuar në të dhënat aktuale për informimin dhe komunikimin me publikun, si dhe në opinionet e shprehura lidhur me këtë proces në katër vitet e ardhshme, strategjia e informimit dhe komunikimit në zbatim të qëllimit dhe vizionit të identifikuar përmes një procesi pjesëmarrës, ka këto objektiva:

1. Përmirësimin e nivelit të komunikimit dhe informimit.

Tipologjitë e aktiviteve që do të përmirësojnë nivelin e komunikimit, imazhin e raportit me publikun janë:

- Intensifikim i komunikimit brenda universitetit;
- Krijimi i strukturave informuese për çdo fakultet, për komunikimin me publikun;
- Iuanspërndë në takimet që organizohen në Fakultete dhe Departamente, me qëllim qarkullimin e informacionit të gjithë stafëve të USH-së;
- Hapësirë në e Ejetë për komunikimin online përmes një linku në faqen e USH-së për komunikim direkt me publikun për çdo fakultet;
- Përdorimi i website të USH-së për arrijjet, aktivitetet shkencore e akademike; aplikime për punë, për bursa studimi etj.;
- Krijimi të *website* për çdo departament;
- Frushatet e informimit në institucione të arsimit parauniversitar, kombinuar me organizimin e "Ditëve të dyerve të hapura" në USH;
- Kritjia e komunikimit me media sociale e vizive;
- Përfshirja e përfaqësive studentore në procesin e informimit dhe komunikimit.

2. Zgjerimin e grupeve të audiencës me të cilat duhet të komunikojë USH.

Audienca përfshin target grupe të larmishme. Përveç zgjerimit dhe forcimit të kontakteve me audiencën aktuale, synohet të zgjerohet komunikimi me audiencën që larg vëmendjes së deritanihme, të tilla si :

- Ish-studenti (alumn-it) dhe pedagogët;
- Organizatat jo-fitimprurëse me fokus projektet e zhvillimit rajonal;
- Qendrat kërkimore brenda dhe jashtë vendit, universitete të tjera;
- Shoqëria civile;
- Rrjetet advokuese dhe lobuese

3. Funkcionalizimi i komunikimit dhe informimit në të gjithë strukturën organizative të Universitetit

Komunikimi që të jetë efikas duhet shtrirë në të gjitha hallkat e strukturës organizative të USH-së, prandaj synohet krijimi i një kulture të komunikimit dhe informimit publik në shkallë rektorati, fakulteti dhe departamenti, në drejtim vertikal dhe horizontal, dykrahësh, mes stafit akademik dhe atij jo akademik, mes USH-së dhe audiencave jashtë tij.

4. Delegimi i përgjegjësiave për komunikimin me publikun.

Shtepëndarja e përgjegjësisë për nivelin dhe format e komunikimit dhe informimit publik në USH shtron domosdoshmërinë e delegimit të përgjegjësiave ndaj një strukture, mirfillt e fokusuar tek ky problem. Të anketuarit shprehen në favor të krijimit të një strukture përgjegjëse për komunikimin dhe informimin e USH-së me publikun, që të ketë në përbërje të saj përfaqësues të çdo Fakulteti. Kjo strukturë do të mund të ishte Departamenti i Marrëdhënieve me Publikun, që do të koordinonte komunikimet sektoriale të realizuara nga Zyra e Marrëdhënieve Ndërkombëtare, si dhe të gjitha strukturat e USH-së, nga Rektorati tek Departamenti.

5. Alternimi dhe përpjësia e kanaleve më efektive të komunikimit përmes monitorimit të vazhdueshëm.

Mundësi që të kemi një komunikim të shpejtë e të gjërë duhet alternuar produkti tradicional i Marrëdhënieve me Publikun (media, buletin, komunikimi për shtyp, fletëpalosjet etj) dhe dhënë përpjësia kanaleve më efektive të komunikimit me audiencën, ato që janë lehtësisht dhe masivisht të aksesueshëm (Website, rrjetet sociale, fushatat informuese dhe sensibilizuese etj.). Komunikimi dhe informimi tashë një proces dinamik, i

ndjeshëm ndaj ndryshimeve shoqërore, kështuqë monitorimi i vazhdueshëm i mjedisit komunikativ nga Departamenti i MP do të mundësojë përpunshmëri të politikave të Universitetit me tendencat më hashtkëqhorë.

4.1 KONCEPTI PËR TË ARDHMEN.

Për të realizuar një komunikim sa më të arritur shtrohet nevoja e krijimit të një njësie të qendëruar përgjegjëse për komunikimin dhe informimin publik. Ajo përmes informimit ushtron funksionin e saj mbi aktorët brenda sistemit të USH-së dhe jashtë tij përmes kanaleve të informimit njëkrahësh dhe dykrahësh. Për mirëfunksionimin e saj njësia qendrore delegon përgjegjësitë për komunikimin dhe informimin publik, sipas një drejtimi vertikal, fakultetëve, këna të fundit departamentëve, si dhe institucioneve mbështetëse të strukturave të USH-së si struktura e IT-së, e Marrëdhënive Ndërkombëtare, e Burimeve Njerëzore, e Kulturës etj. Njësia gjithashtu krijon mundësinë e ushtrimit të një trynie dykrahëshe nga qendra në bazë dhe anasjelltas për transparencë dhe llogaridhënie, për sipërmarrjen e përgjegjësisë sociale nga ana e USH-së. Njësia ushtron përmes komunikimit të jashtëm ndikimin e saj mbi aleatët e mundshëm të USH-së, të botës akademike dhe sociale e politikbërëse, ndikon mbi konkurrentët potencialë të USH-së, si dhe shprehësinë impaktin e universitetit në jetën komunitare.

Performanca e njësisë së qendëruar mund të matet përmes treguesve të tillë si:

Komunikimi i jashtëm:		Komunikimi i brendshëm:	
(i)	Nr. i aktorëve tek të cilët arrijnë	(i)	Nr. e masave që demonstrojnë përgjegjësi sociale
(ii)	Nr. i konkurrentëve të këlyer në aleatë	(ii)	Nr i raporteve që demonstrojnë transparencë dhe llogaridhënie
(iii)	Nr. i aktorëve me efekt multiplikues aktiv në komunikim	(iii)	Kënaqësia e stafit
(iv)	Kënaqësia e përfituesve	(iv)	Të tjera
(v)	Të tjera		

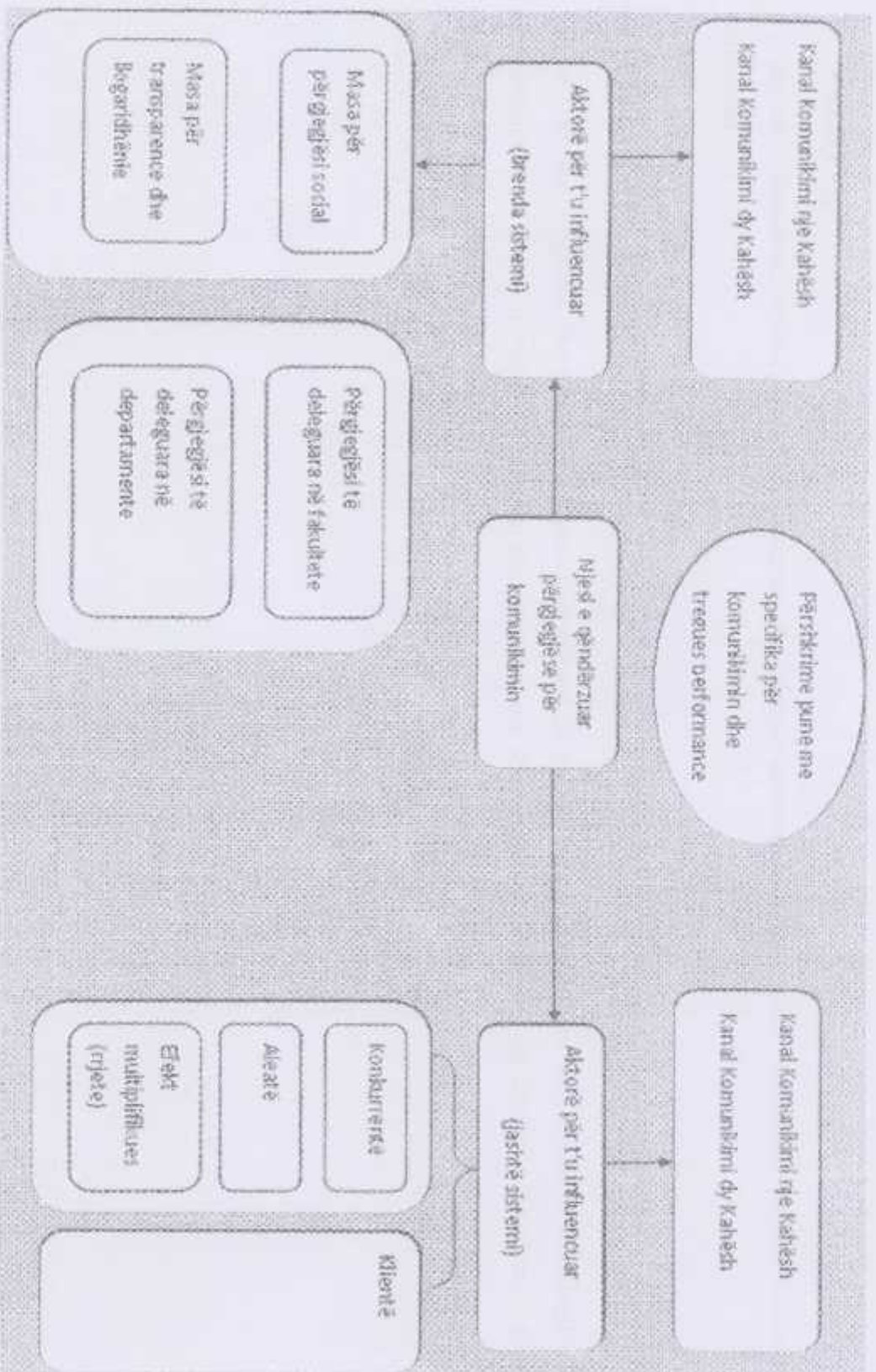


Fig. 1 Skema organizative e politikave të komunikimit dhe informimit të Universitetit.

5 VIZIONI;

Universiteti i Shkodrës, institucion i dijës, shkencës dhe vlerave komunitare e intelektuale mundësuar përmes komunikimit dhe informimit transparent.

6 QELIMI;

MP në USh janë regulluar dhe avancuar, përmes diversifikimit të mundësive për komunikim, shfrytëzimin të teknologjive të informacionit dhe komunikimit masiv bazuar jo vetëm në kërkesën për informim, por dhe nevojën për të krijuar një identitet konkurrues të Universitetit në fushën e arsimit të lartë dhe kërkimit shkencor.

Objektivi 1 <i>Përbërësi i aktivitetëve</i>	Përmirësimi e niveli i kopsibilitetit dhe informimit	<i>Shpjegime ose Shprehime</i>
Studim mbi nivelin ekzistues të komunikimit dhe anketime mbi mënyrën e përmirësimit të tij	Njësia e qendërzuat përgjegjëse për komunikimin dhe informimin publik (NJQ) me strukturat varëse të saj.	Faqja e universitetit do të jetë dinamike në mënyrë që të lejojë feed-back-un e publikut
Përmirësimi i faqes së internetit të universitetit. Fushata informuese periodike në institucione të arsimit parauniversitar, kombinuar me organizimin e "Ditët të dyerve të hapura" në USH;	NJQ me strukturat varëse të saj & IT. NJQ në bashkëpunim me fakultetet dhe strukturat mbështetëse, BUSH.	
Krijimi e vizibilitetit të UNISHTK përmes përdorimit të rrjeteve sociale (twitter, instagram, fb etj).	NJQ me strukturat varëse të saj.	Rrjega e komunikimit me mediat do të jetë rezultat i aksesit në faqen e USH përmes link-ut të çdo Fakulteti.
Krijimi i qendrave të dedikuara të informimit për studentë dhe materialeve mbështetëse (psh fletëpalosje, broshura etj)	NJQ, Unioni studentor (US), Fakultetet, etj..	Ky nivel komunikimi do të realizohet përmes ditëve të studimit, work shop-ëve, tryezave të rrumbullakëta, pjesëmarrjeve në aktivitete të ndryshme të organizuara nga aktorë të jashtëm lokalë.
Të tjera për t'u identifikuar nga Njësia e Qendërzuat		
Objektivi 2		
<i>Përbërësi i aktivitetëve</i>		
Anëtarësimi në rrjete universitare, qendra dhe institute kërkimore, shqiptare dhe të huaja, dhe	NJQ në bashkëpunim me DZHMJ & SKSHIP dhe SCVS & BUSH	Ky lloj komunikimi mundëson projekte të përbashkëta, si edhe mobilitetin e studentëve

Plani i aktivitetëve është vetëm orientues tipologjik. Njësia e qendërzuat në bashkëpunim me administratën do të kostojnë strategjinë

<p>promovimi i tyre përmes ditëve të informimit.</p>		<p>brenda universiteteve shqiptare dhe atyre të huaja.</p>
<p>Përfshirja në bordet e universitetit të aktoreve lokale dhe biznesit</p>	<p>NJQ</p>	
<p>Promovimi i bizneseve lokale dhe studentëve të universitetit të punësuar tek këto biznese.</p>	<p>NJQ</p>	
<p>Organizimi i ditëve/javëve të kulturës së vendeve të ndryshme, festimi i festave kombëtare të shteteve në partneritet të ngushtë.</p>	<p>NJQ në bashkëpunim me DKSH & DZ/HMJ</p>	<p>Komunikimi me këtë lloj audience pasuron informacionin për partnerët ndërkombëtarë si dhe lehtëson praktikat e bashkëpunimit me ato.</p>
<p>Të fjerë për t'u identifikuar nga Njësia e Qendëruar</p>		
<p>Objektivi 3</p>		
<p><i>Përmirësimi i aktiviteteve</i></p>		
<p>Përmirësimi i elementëve të komunikimit brendshëm institucional, përmes garantimit të përqimit të informacioneve dhe mendimeve TOP-DOWN & BOTTOM-UP. Takime periodike (një herë në javë) dhe garantimi i zbatueshmërisë së rregulloreve të universitetit.</p>	<p style="text-align: center;"><i>Përgjegjës</i></p> <p>Rektori Fakulteti Departamenti</p>	<p style="text-align: center;"><i>Sbjektive dhe Shprehime</i></p> <p>Konsiston në përcjelljen e informacionit, në kohë, nga strukturat më të larta vendimmarrëse për Institucionin deri në bazë dhe anasjelltas. Është e rëndësishme marrja e një feedback përmes komunikimit dykahësh.</p>
<p>Rritja e efikasitetit të komunikimit përmes maksimizimit të përdorimit të instrumenteve teknologjike në dispozicion (Office 365 me të gjithë komponentët)</p> <ul style="list-style-type: none"> Krijimi i një rrjeti komunikimi mes stafit akademik dhe stafit administrativ. 	<p style="text-align: center;">SA</p> <p>Staff administrativ (DBNJ, DF, DJ, DMJ, IT, DKSH) US apo organizimet alternative studentore</p>	<p>Angazhimi i strukturës IT për dhënie e asistencës së nevojshme për SA, SAdmin në përdorimin e burimeve teknologjike.</p>