

REPUBLIKA E SHQIPËRISË
MINISTRIA E FINANCAVE DHE EKONOMISË
Agjencia Kombëtare e Arsimit, Formimit Profesional dhe Kualifikimeve

PROGRAMI
I KURSIT TË UNIFIKUAR
MARKETINGU DIGJITAL

Kodi: PK-L-4-22

Miratoi:

MINISTRI

.....

Tiranë, 2022

PROGRAMI I KURSIT TË UNIFIKUAR

“MARKETINGU DIGJITAL”

(Kodi: PK-L-4-22)

I. Profili Profesional i specialistit të marketingut digjital.

a) Karakteristikat e specialistit të marketingut digjital

Specialistët e marketingut digjital planifikojnë, zhvillojnë dhe zbatojnë programe të shpërndarjes së informacionit për të promovuar organizatat, produktet apo shërbimet e tyre, me ndihmën e teknologjisë digjitale. Ata promovojnë kompaninë dhe e përfaqësojnë në shitjen e një sërë produktesh apo shërbimesh të natyrave të ndryshme.

Për realizimin me sukses të këtyre detyrave, specialisti i marketingut digjital duhet që të zotërojë *njohuri* profesionale që kanë të bëjnë me konceptet dhe procedurat bazë, si dhe *shprehi* profesionale që lidhen me veprimtarinë profesionale të marketingut digjital.

Suksesi i specialistit të marketingut digjital është i lidhur ngushtë dhe me *sjellje* (qëndrime) të tilla si: komunikimi me etikë profesionale, gjakftohtësia, shkathhtësia, kujdesi, përqendrimi, mospërdorimi i pijeve alkoolike, korrektësia, disiplina etj., sjellje që e ndihmojnë atë të plotësojë kërkesat dhe përballojë vështirësitë e punës.

b) Mundësitë e punësimit dhe karriera profesionale

Profesioni i specialistit të marketingut digjital është i lidhur ngushtë me procedurat e punës për të planifikuar, zhvilluar dhe zbatuar programe të shpërndarjes së informacionit me ndihmën e teknologjisë digjitale, të cilat shërbejnë për të promovuar organizatat.

Ata prodhojnë një shumëllojshmëri produktesh digjitale, si SMS marketing, E-mail marketing, WhatsApp marketing etj., të cilat më pas përdoren për promovimin e organizatave.

Specialistët e marketingut digjital mund të punësohen pranë një organizate (biznesi) ose mund të punojnë si *freelancer* (profesion i lirë), duke bërë të mundur promovimin digjital të kompanive të ndryshme në nivel lokal, kombëtar dhe ndërkombëtar.

Ky kurs i përgatit kursantët me kompetenca profesionale për të ushtruar veprimtari profesionale të përfshira në grupin e profesioneve “Specialistë të marketingut dhe reklamës”, me kod 2431, referuar Listës Kombëtare të Profesioneve.

II. Kompetencat që fitojnë kursantët në përfundim të Kursit “Marketingu digjital”.

Në përfundim të Kursit “Marketingu digjital”, kursantët do të jenë të aftë të:

- kryejnë studime tregu, analizojnë gjetjet, planifikojnë strategji marketingu për organizatën dhe produktet e saj;
- informohen për produktin, shërbimet dhe gjithë hallkat e punës në organizatën ku punojnë, me ndihmën e teknologjisë digjitale;
- planifikojnë fushatë marketingu dhe aktivitete për marrëdhënie me publikun për të promovuar produktin apo shërbimet e organizatës;
- mbështesin rritjen dhe zhvillimin e biznesit, duke përgatitur dhe zbatuar objektiva, politika dhe programe marketing;

- planifikojnë dhe organizojnë fushatave publicitare në media, reklama print, video si dhe organizojnë evente promovuese për organizatën, produktet apo shërbimet e saj;
- vlerësojnë dhe përzgjedhin materiale të shkruara nga gazetarë, materiale foto, ilustrime, statistika zyrtare, studime apo materiale të tjera për të krijuar një publicitet sa më të favorshëm për kompaninë;
- informohen për produktet e konkurrentëve, teknikat dhe fushatat e tyre të promovimit;
- raportojnë dhe konsultohen me manaxherët e organizatës, apo aksionerët për produktet apo shërbimet e konkurrentëve, për kushtet e tregut dhe për trendet e ardhshme;
- kuptojnë nevojat e konsumatorit dhe shpjegojnë ose demonstrojnë produktet ose shërbimet e organizatës për ta;
- vizitojnë dhe takojnë rregullisht klientët potencialë për t'u reklamuar atyre produktet apo shërbimet e reja të organizatës;
- mirëmbajnë një bazë të dhënash të kontakteve të klientëve, konsumatorëve dhe ideojnë fushata marketing online duke u paraqitur atyre produktet e reja (e-mail marketing);
- ideojnë promovim online të organizatës, produkteve apo shërbimeve përmes website, shkrimeve blogjeve, përditësimit të mediave sociale, hedhjes së videove dhe reklamimit të tyre për të arritur sa më shumë lexues e shikues të synuar;
- nënshkruajnë kontrata, negociojnë çmime dhe termat e kontratës me klientët;
- raportojnë për kërkesat, vërejtjet apo sugjerimet e klientëve te manaxherët, bordi drejtues;
- sugjerojnë përmirësimin e produktit, shërbimeve, pas analizimit të reagimit të konsumatorit, apo efektit të fushatave publicitare;
- analizojnë rezultatet e aktiviteteve promovuese dhe efektin e shndërrimit të tyre ne fitim për organizatën;
- kërkojnë, studiojnë dhe sugjerojnë mënyra të reja marketingu me mjete digjitale;
- komunikojnë me etikë profesionale;
- rrisin aftësitë e tyre profesionale.

III. Kërkesat e pranimit në Kursin “Marketingu digjital”

Pjesmarrësit në Kursin “Marketingu digjital” duhet të jenë mbi 18 vjeç dhe të kenë përfunduar arsimin e mesëm të lartë. Rekomandohet të kenë edhe përvoja të mëparshme në fushën e marketingut.

IV. Kohëzgjatja e Kursit “Marketingu digjital”

300 orë mësimore, ku

1 orë mësimore = 45 minuta

V. Modulet e Kursit “Marketingu digjital”

Nr	Titulli i Modulit	Kodi	Kohëzgjatja	Rezultatet e të Nxënit
1	Hyrje në profesionin e marketingut digjital	MK-17-345-22	30 orë mësimore Rekomandohet: 80% Teori 10% Praktikë 10% Vlerësime	1. Kursanti përshkruan veçoritë e profesionit të marketingut digjital. 2. Kursanti përshkruan përfitimet e përdorimit të marketingut digjital. 3. Kursanti përshkruan platformat që përdoren për marketingun digjital.

2	Marketingu në mediat sociale	MK-17-346-22	70 orë mësimore Rekomandohet: 10% Teori 80% Praktikë 10% Vlerësime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kursanti përzgjedh mediat sociale (digjitale) për marketing. 2. Kursanti përgatit materialet për hedhjen e tyre në median sociale. 3. Kursanti menaxhon median sociale. 4. Kursanti përgatit raporte mbi përdorimin e mediave sociale nga klientët. 5. Kursanti krijon një plan marketingu në mediat sociale.
3	Marketingu me SMS, WhatsApp, Email, dhe QR code.	MK-17-347-22	70 orë mësimore Rekomandohet: 10% Teori 80% Praktikë 10% Vlerësime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kursanti planifikon dhe realizon fushata marketingu me <i>SMS marketing</i>. 2. Kursanti planifikon dhe realizon fushata marketingu me <i>WhatsApp marketing</i>. 3. Kursanti planifikon dhe realizon fushata marketingu me <i>Email marketing</i>. 4. Kursanti planifikon dhe realizon fushata marketingu me <i>QR code marketing</i>.
4	Krijimi i strategjisë së marketingut në Google	MK-17-348-22	70 orë mësimore Rekomandohet: 10% Teori 80% Praktikë 10% Vlerësime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kursanti planifikon strategjinë e marketingut nëpërmjet teknologjive të <i>Google</i>. 2. Kursanti publikon dhe optimizon <i>Google Bussines Profile</i>. 3. Kursanti krijon fushata reklamimi në <i>Google Ads</i>. 4. Kursanti përgatit raportet nga <i>Google Analytics</i>.
5	Menaxhimi i dyqaneve online	MK-17-349-22	60 orë Rekomandohet: 10% Teori 80% Praktikë 10% Vlerësime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kursanti analizon dhe përzgjedh CMS-në për ndërtimin e <i>Web-it e-commerce</i> "Dyqani online". 2. Kursanti instalon dhe përdor <i>CMS-Shopify</i> për ndërtimin e <i>web-it e-commerce</i>. 3. Kursanti analizon dhe përzgjedh <i>tools-e</i> për menaxhimin e <i>web-it e-commerce</i> dhe sesionin e <i>blog-ut</i>

VI. Vlerësimi dhe Çertifikimi

Kursantët vlerësohen nga instruktorët e Kursit për të gjitha Rezultatet e të Nxënimit që përmbajnë të gjitha Modulet e Kursit dhe nëse vlerësohen pozitivisht, futen në Provimin përfundimtar teoriko-praktik.

Nëse vlerësohen pozitivisht edhe në Provimin përfundimtar teoriko-praktik, kursantët fitojnë Çertifikatën përkatëse që njihet nga MFE.

VII. Përshkruesit e Moduleve të Kursit “Marketingu digjital”

1. Moduli “Hyrje në profesionin e marketingut digjital”

<i>PERSHKRUESI I MODULIT</i>		
Titulli dhe kodi	HYRJE NË PROFESIONIN E MARKETINGUT DIGJITAL	MK-17-345-22
Qëllimi i modulit	Një modul që i njeh kursantët me veçoritë e profesionit të marketingut digjital, përfitimet e përdorimit të marketingut digjital si dhe i aftëson kursantët të përzgjedhin platformat e nevojshme për kryerjen e marketingut digjital.	
Kohëzgjatja e modulit	30 orë mësimore Rekomandohet: 80% Teori; 10% Praktikë; 10% Vlerësime	
Niveli i parapëlqyer për praninë	Kursantët duhet të jenë mbi 18 vjeç dhe të kenë përfunduar arsimin e mesëm të lartë.	
Rezultatet e të Nxënit (RN) dhe procedurat e vlerësimit	<p>RN 1 Kursanti përshkruan veçoritë e profesionit të marketingut digjital. <i>Kriteret e vlerësimit:</i> Kursanti duhet të jetë i aftë:</p> <ul style="list-style-type: none">– të përshkruajë funksionet, detyrat dhe kushtet e punës së specialistit të marketingut digjital;– të përshkruajë mjediset, mënyrën e organizimit dhe kushtet e punës në marketingun digjital;– të përshkruajë kërkesat profesionale të specialistit të marketingut digjital;– të përcaktojë mundësitë e punësimit të specialistit të marketingut digjital;– të rendisë mundësitë e karrierës profesionale të specialistit të marketingut digjital;– të zbatojë legjislacionin në fuqi për marketingun digjital;– të zbatojë rregullat e komunikimit në mënyrë etike me klientët, eprorët dhe kolegët; <p><i>Instrumentet e vlerësimit:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Pyetje-përgjigje me gojë.- Pyetje-përgjigje me shkrim.	
	<p>RN 2 Kursanti përshkruan përfitimet e përdorimit të marketingut digjital. <i>Kriteret e vlerësimit:</i> Kursanti duhet të jetë i aftë :</p> <ul style="list-style-type: none">– të listojë dhe të përshkruajë përfitimet e përdorimit të marketingut digjital;– të tregojë përparësitë e marketingut digjital krahasuar me marketingun klasik.– të përcaktojë rolin e marketingut në funksionimin dhe	

- suksesin e biznesit;
- të analizojnë rëndësinë e promovimit online të organizatës dhe të produkteve dhe shërbimeve;
- të analizojnë rëndësinë e promovimit online të produkteve dhe shërbimeve të organizatës;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Pyetje - përgjigje me shkrim.

RN 3 Kursanti përshkruan platformat që përdoren për marketingun digjital.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë :

- të përshkruajë platformat digjitale, për realizimin e marketingut të bizneseve;
- të listojë disa platforma që përdoren për marketingun e bizneseve;
- të interpretojnë rëndësinë e përdorimit të platformave të ndryshme, për realizimin e marketingut të bizneseve;
- të analizojë funksionimin e secilës platformë, në bazë të produktit që ofron;
- të përzgjedhë disa platforma digjitale, që do ti përdorë për realizimin e marketingut;
- të instalojë platformat digjitale në kompjuterin, ku do të ushtrojë veprimtarinë e tij;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë dhe me shkrim.
- Vëzhgim me listë kontrolli.

Udhëzime për zbatimin e modulit

- Ky modul duhet të trajtohet në kabinet kompjuterik, ku kompjuterat duhet të jenë të lidhur me internet. Rekomandohen dhe vizita në biznese të suksesshme që përdorin marketingun digjital.
- Instruktori duhet të përdorë sa më shumë të jetë e mundur demonstrimet konkrete të interpretimit dhe realizimit të procedurave të marketingut në mediat sociale.
- Kursantët duhet të angazhohen aktivisht në kryerjen e detyrave konkrete që përmban moduli.
- Kursantët duhet të nxiten që të diskutojnë në lidhje me detyrat që kryejnë dhe proceset e punës që mbulojnë.
- Gjatë vlerësimit të kursantëve duhet të vihet theksi te verifikimi i shkallës së arritjes së njohurive dhe aftësive të fituara që parashikohen në këtë modul.
- Realizimi i pranueshëm i modulit do të konsiderohet arritja e kënaqshme e të gjitha kriterëve të realizimit të specifikuar për çdo rezultat të të nxënit.

**Kushtet e
e domosdoshme për
realizimin e modulit**

Për realizimin si duhet të modulit është e domosdoshme të sigurohen mjediset, pajisjet dhe materialet e mëposhtme:

- Mjedise pune me kompjutera dhe lidhje interneti.
 - Materiale kancelarie.
 - Informacione mbi marketingun digjital.
 - Legjilacioni mbi marketingun digjital.
 - Udhëzuesa dhe materiale të shkruara në lidhje me çështjet që përmban moduli.
-

2. Moduli “Marketingu në mediat sociale”

<i>PERSHKRUESI I MODULIT</i>		
Titulli dhe kodi	MARKETINGU NË MEDIAT SOCIALE	MK-17-346-22
Qëllimi i modulit	Një modul që i pajis kursantët me njohuritë dhe aftësitë bazë për të mundësuar marketingun e biznesit përmes mediave sociale digjitale të ndryshme.	
Kohëzgjatja e modulit	70 orë mësimore Rekomandohet: 10% Teori; 80% Praktikë; 10% Vlerësime	
Niveli i parapëlqyer për praninë	Kursantët duhet të jenë mbi 18 vjeç, të kenë përfunduar arsimin e mesëm të lartë dhe të kenë kryer modulën “Hyryje në profesionin e marketingut digjital”.	
Rezultatet e të Nxënësit (RN) dhe procedurat e vlerësimit	<p>RN 1 Kursanti përzgjedh mediat sociale (digjitale) për marketing. <i>Kriteret e vlerësimit:</i> Kursanti duhet të jetë i aftë:</p> <ul style="list-style-type: none">– të përkufizojë kuptimin për mediat sociale (digjitale);– të rendisë mediat sociale më kryesore;– të tregojë karakteristikat e mediave sociale më kryesore;– të analizojë produktin të cilit do t’i bëhet marketingu;– të analizojë veçoritë e kategorive të klientëve të mundshëm të produktit;– të identifikojë lloje të ndryshme të mediave sociale (digjitale);– të analizojë median sociale sipas kriterëve për përzgjedhje;– të përzgjedhë median sociale më të përshtatëshme;– të prezantojë median sociale të përzgjedhur; <p><i>Instrumentet e vlerësimit:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Pyetje-përgjigje me gojë.- Vëzhgimi me listë kontrolli. <p>RN 2 Kursanti përgatit materialet për hedhjen e tyre në median sociale. <i>Kriteret e vlerësimit:</i> Kursanti duhet të jetë i aftë:</p> <ul style="list-style-type: none">– të përgatisë materiale të ndryshme interaktive (tekst, imazh, video etj.);– të ndërtojë video, duke përdorur programe dhe platforma të ndryshme (psh. Movie maker, Canva etj.);– të modifikojë imazhe të ndryshme me programe dhe platforma të ndryshme (psh. Photoshop, Canva etj.);– të publikojë materialet e mësipërme në median sociale digjitale të përzgjedhur; <p><i>Instrumentet e vlerësimit:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Pyetje - përgjigje me gojë.	

- Vëzhgimi me listë kontrolli.

RN 3 Kursanti menaxhon median sociale.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë :

- të evidentojë gabimet që mund të ndodhin në materialet e ndryshme të hedhura në median sociale;
- të modifikojë materialet e ndryshme interaktive (tekst, imazh, video etj.) në rast gabimesh;
- të fshijë materialet e panevojshme në median sociale;
- të realizojë komunikimin digjital me ndjekësit/klientët, përmes internetit/mesazheve në *inbox* ose komenteve për materialet e publikuara në median sociale;
- të monitorojë impaktin e promovimit të kompanisë tek ndjekësit/klientët;
- të nxisë ndjekësit/klientët që të veprojnë në përgjigje të mesazhit të kompanisë;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

RN 4 Kursanti përgatit raporte mbi përdorimin e mediave sociale nga klientët.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë:

- të identifikojë numrin e vizitorëve të mediave sociale digjitale;
- të hedhë grafikisht numrin e vizitorëve që aksesojnë mediat sociale (ditore, javore, mujore);
- të evidentojë elementet psikologjike të Marketingut Efektiv nëpërmjet internetit/mediave sociale (të cilët bëjnë diferencën midis një fushate të pa-suksesshme dhe një fushate shumë të suksesshme);
- të analizojë rolin e *Admin* në median sociale duke u bazuar tek numri i personave që i aksesojnë ato;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

RN 5 Kursanti krijon një plan marketingu në mediat sociale.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë :

- të përgatisë një plan orar, ditor dhe javor në lidhje me publikimin/shpërndarjen e informacioneve të ndryshme në mediat sociale;
- të krijojë fushata marketingu digjital në mediat sociale;
- të identifikojë fushata fituese, si dhe të mirëmbajë fushatat ekzistuese të marketingut për sukses maksimal;
- të sugjerojë zgjidhje të shumëllojshme dhe të analizuar mirë për arritjen e perceptimit të mesazhit deri te audiencia

- e synuar dhe konsumatori final;
- të krijojë paketa të niveleve të ndryshme me planet përkatëse;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

Udhëzime për zbatimin e modulit

- Ky modul duhet të zhvillohet në laboratorë të TIK. Rekomandohen dhe vizita në biznese të suksesshme që kryejnë marketing në mediat sociale.
- Instruktori i praktikës duhet të përdorë sa më shumë të jetë e mundur shembujt konkretë dhe të nxisë kreativitetin e kursantëve.
- Kursantët duhet të angazhohen në veprimtari konkrete pune, duke rritur angazhimin e vizitorëve ne faqe, duke përgatitur shkrime interaktive, të krijojnë video promovuese, të masin efikasitetin e marketingut digjital në mediat sociale etj.
- Kursantët duhet të nxiten të diskutojnë dhe bashkëpunojnë në lidhje me proceset e punës për krijimin e një plani marketingu digjital.
- Gjatë vlerësimit të kursantëve duhet të vihet theksi te verifikimi i shkallës së arritjes së njohurive dhe shprehive praktike që parashikohen në këtë modul.
- Realizimi i pranueshëm i modulit do të konsiderohet arritja e kënaqshme e të gjitha kritereve të realizimit të specifikuara për çdo rezultat të të nxënit.

Kushtet e domosdoshme për realizimin e modulit

Për realizimin siç duhet të modulit është e domosdoshme të sigurohen ambjentet, pajisjet dhe materialet e mëposhtme:

- Mjedise pune me kompjutera dhe lidhje interneti
 - Programe të ndryshme kompjuterike (platforma sociale) për realizimin e marketingut digjital
 - Pajisje për përgatitjen e materialeve promovuese
 - Informacione mbi marketingun digjital.
 - Legjislacioni mbi marketingun digjital.
 - Materiale udhëzuese për marketingun në mediat sociale digjitale
-

3. Moduli “Marketingu me SMS, WhatsApp, E-mail dhe QR code”.

<i>PERSHKRUESI I MODULIT</i>		
Titulli dhe kodi	MARKETINGU ME SMS, WHATSAPP, EMAIL DHE QR CODE	MK-17-347-22
Qëllimi i modulit	Një modul që i aftëson kursantët të planifikojnë, krijojnë fushata marketing-u si dhe të analizojnë të dhëna, duke përdorur strategjitë marketing nëpërmjet <i>SMS marketing, WhatsApp marketing, Email marketing</i> dhe <i>QR code marketing</i> .	
Kohëzgjatja e modulit	70 orë mësimore Rekomandohet: 10% Teori; 80% Praktikë; 10% Vlerësime	
Niveli i parapëlqyer për pranim	Kursantët duhet të jenë mbi 18 vjeç, të kenë përfunduar arsimin e mesëm të lartë dhe të kenë kryer modulën “Hyrje në profesionin e marketingut digjital”.	
Rezultatet e të Nxënës (RN) dhe procedurat e vlerësimit	<p>RN 1 Kursanti planifikon dhe realizon fushata marketingu me SMS marketing.</p> <p>Kriteret e vlerësimit:</p> <p>Kursanti duhet të jetë i aftë:</p> <ul style="list-style-type: none"> – të përshkruajë rëndësinë dhe avantazhet e strategjive të SMS marketing; – të ideojë dhe planifikojë fushata marketing duke promovuar produktet e organizatës nëpërmjet sms marketing; – të përcaktojë buxhetin në dispozicion për fushatat e marketingut; – të hulumtojë rreth praktikave më të mira të kompanive të ndryshme që përdorin sms marketing; – të mbledhë të dhëna rreth llojit të biznesit, organizatës apo institucionit; – të mbledhë të dhëna rreth produkteve apo shërbimeve; – të përcaktojë karakteristikat e klientëve potencialë; – të identifikojë dhe të përdorë platformat dhe aplikacionet software për SMS marketing; – të identifikojë dhe të përdorë llojet e marketingut me SMS – të ndërtojë një databazë me kontaktet e klientëve ekzistues duke e përditësuar vazhdimisht me klientët potencialë; – të përcaktojë strategjinë e fushatës me SMS marketing; – të integrojë SMS marketing me strategji të tjera marketing; – të përcaktojë objektivat e fushatës me SMS marketing; – të identifikojë audiencën e synuar; – të zhvillojë konceptin e përmbajtjes së SMS-së, të përcaktojë temën, të zgjedhë fjalët etj; – të inkurajojë klientin që të reagojë ndaj SMS-ve, duke u regjistruar, konfirmuar etj; 	

- të optimizojë fushatën e SMS marketing duke zgjedhur kohën e duhur për dërgimin e sms-ve, në mënyrë që të ketë nje *feedback* sa më të mirë nga klientët;
- të zbatojë standartet e privatësisë së të dhënave;
- të gjurmojë rezultatet e fushatës.
- të analizojë të dhënat dhe statistikatat pas periudhës së fushatës;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

RN 2 Kursanti planifikon dhe realizon fushata marketingu me WhatsApp marketing.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë:

- Kursanti planifikon fushata dhe realizon marketingun duke përdorur WhatsApp marketing.
- Kriteret e vlerësimit:
- Kursanti duhet të jetë i aftë :
- të përshkruajë rëndësinë dhe avantazhet e strategjive të WhatsApp marketing;
- të ideojë dhe planifikojë fushata marketing duke promovuar produktet e organizatës nëpërmjet WhatsApp marketing;
- të ideojë fushata marketing duke promovuar produktet e organizatës nëpërmjet WhatsApp marketing;
- të përcaktojë buxhetin në dispozicion për fushatat e marketingut;
- të hulumtojë rreth praktikave më të mira të kompanive të ndryshme që përdorin WhatsApp marketing;
- të mbledhë të dhëna rreth llojit të biznesit, organizatës apo institucionit;
- të mbledhë të dhëna rreth produkteve apo shërbimeve;
- të ndërtojë një bazë të dhënash me kontaktet e klientëve ekzistues duke e përditësuar vazhdimisht me klientët potencialë;
- të përcaktojë karakteristikat e klientëve potencialë;
- të shpjegojë dallimin ndërmjet WhatsApp Business dhe WhatsApp Business API;
- të përdorë tre format e komunikimit në whatsapp: Chat one-to-one, Group chat dhe Broadcast;
- të krijojë profilin e biznesit me të dhënat e nevojshme dhe të plotësojë karakteristikat e `WhatsApp Business`;
- të krijojë dhe të shpërndajë katalogë në `WhatsApp business`;
- të përcaktojë strategjinë e fushatave duke përdorur WhatsApp marketing;
- të integrojë WhatsApp marketing me strategji të tjera marketing;

- të përcaktojë objektivat e fushatave marketing duke përdorur WhatsApp marketing;
- të identifikojë audiencën e synuar;
- të dizenjojë mesazhet në mënyrë kreative dhe tërheqëse;
- të zbatojë standardet e privatësisë së të dhënave;
- të gjurmojë rezultatet e fushatës;
- të analizojë të dhënat dhe statistikat gjatë dhe pas periudhës së fushatës;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli

RN 3 Kursanti planifikon dhe realizon fushata marketingu me *Email marketing*.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë :

- të përshkruajë rëndësinë dhe avantazhet e strategjive të Email marketing;
- të identifikojë dhe të përdorë softuerët kryesorë të marketingut me email: CTCT, MooSend, MailChimp, Omnisend, GetResponse etj;
- të ideojë fushata marketing duke promovuar produktet e organizatës nëpërmjet Email marketing;
- të hulumtojë rreth praktikave më të mira të kompanive të ndryshme që përdorin Email marketing;
- të ndërtojë një databazë me kontaktet e klientëve ekzistues duke e përditësuar vazhdimisht me klientët potencialë;
- të përcaktojë karakteristikat e klientëve potencialë;
- të përcaktojë strategjinë e fushatave duke përdorur Email marketing;
- të integrojë Email marketing me strategji të tjera marketing;
- të përcaktojë objektivat e fushatave marketing duke përdorur Email marketing;
- të identifikojë audiencën e synuar;
- të dizenjojë email-et në mënyrë kreative dhe tërheqëse;
- të zbatojë standartet e privatësisë së të dhënave;
- të analizojë të dhënat dhe statistikat gjatë dhe pas periudhës së fushatës;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli

RN 4 Kursanti planifikon dhe realizon fushata marketingu me *QR code marketing*.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë :

- të përshkruajë rëndësinë dhe avantazhet e strategjive të QR code marketing;

- të shpjegojë dallimin ndërmjet QR code statik dhe QR code dinamik;
- të identifikojë dhe të përdorë programet kryesore për të gjeneruar QR code;
- të krijojë QR code duke i ndjekur hapat sipas rradhës;
- të hedhë informacion duke përdorur QR code dinamik;
- të përcaktojë llojin dhe madhësinë e duhur të file për kanalin ku do të përdoret QR code;
- të ideojë dhe planifikojë fushata marketing duke promovuar produktet e organizatës duke përdorur QR code;
- të përcaktojë buxhetin në dispozicion për fushatat e marketingut;
- të hulumtojë rreth praktikave më të mira të kompanive të ndryshme që përdorin QR code marketing;
- të mbledhë të dhëna rreth llojit të biznesit, organizatës apo institucionit;
- të mbledhë të dhëna rreth produkteve apo shërbimeve;
- të ndërtojë një databazë me kontaktet e klientëve ekzistues duke e përditësuar vazhdimisht me klientët potencialë;
- të përcaktojë karakteristikat e klientëve potencialë;
- të përcaktojë strategjinë e fushatave duke përdorur QR code marketing;
- të integrojë QR code marketing me strategji të tjera marketing;
- të përcaktojë objektivat e fushatave marketing duke përdorur QR code marketing;
- të identifikojë audiencën e synuar;
- të përcaktojë karakteristikat e klientëve potencialë;
- të editojë QR code, sipas nevojave të fushatës marketing;
- të krijojë një faqe interaktive me QR code duke përfshirë video, tinguj, lojra dhe përmbajtje më interaktive;
- të gjurmojë QR code duke dhënë raporte të detajuara rreth fushatës marketing;
- të integrojë Google Analytics për të dhëna më të zgjeruara të fushatës me QR code;
- të vlerësojë të gjitha të dhënat e mbledhura për optimizimin e fushatave të ardhshme të marketingut;
- të zbatojë standartet e privatisisë së të dhënave;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

Udhëzime për zbatimin e modulit

- Ky modul duhet të trajtohet në kabinetin kompjuterik. Rekomandohen dhe vizita në biznese të suksesëshme që kryejnë marketing digjital.
- Instruktori i praktikës duhet të përdorë sa më shumë që të jetë e mundur shpjegimet të ilustruara me materiale pamore dhe me objekte konkrete.
- Kursantët duhet të angazhohen në veprimtari konkrete në mjediset e punës, fillimisht në mënyrë të mbikqyrur dhe më pas në mënyrë të pavarur.
- Kursantët duhet të angazhohen në detyra konkrete për të krijuar hap pas hapi fushata marketing duke përdorur strategjitë *SMS*, *WhatsApp*, *Email* dhe *QR code marketing*.
- Kursantët duhet të nxiten që të diskutojnë në lidhje me projektet që kryejnë dhe proceset e punës që vëzhgojnë.
- Gjatë vlerësimit të kursantëve duhet të vihet theksi tek verifikimi i shkallës së arritjes së shprehive praktike që parashikohen në këtë modul.
- Realizimi i pranueshëm i modulit do të konsiderohet arritja e kënaqshme e të gjitha kritereve të realizimit të specifikuara për çdo rezultat të të nxënit.

Kushtet e domosdoshme për realizimin e modulit

- Për realizimin si duhet të modulit është e domosdoshme të sigurohen mjediset pajisjet dhe materialet e mëposhtme:
- Klasë mësimore e pajisur me mjete dhe materiale pamore.
 - Kompjuter, programe, internet.
 - Pajisje për përgatitjen e materialeve promovuese
 - Legjislacioni mbi marketingun digjital.
 - Katalogë, rregullore, manuale, udhëzuesa, materiale të shkruara në mbështetje të çështjeve që trajtohen në modul.
-

4. Moduli “Krijimi i strategjisë së marketingut në Google”.

<i>PERSHKRUESI I MODULIT</i>		
Titulli dhe kodi	KRIJIMI I STRATEGJISË SË MARKETINGUT NË GOOGLE	MK-17-348-22
Qëllimi i modulit	Një modul që i aftëson kursantët si të përdorin platformat e <i>Google</i> për të rregulluar prezencën digjitale, për të ndërmarrë dhe analizuar fushata marketingu të sukseshme në internet.	
Kohëzgjatja e modulit	70 orë mësimore Rekomandohet: 10% Teori; 80% Praktikë; 10% Vlerësime	
Niveli i parapëlqyer për pranim	Kursantët duhet të jenë mbi 18 vjeç, të kenë përfunduar arsimin e mesëm të lartë dhe të kenë kryer modulën “Hyrje në profesionin e marketingut digjital”.	
Rezultatet e të Nxënit (RN) dhe procedurat e vlerësimit	<p>RN 1 Kursanti planifikon strategjinë e marketingut nëpërmjet teknologjive të Google. Kriteret e vlerësimit: Kursanti duhet të jetë i aftë:</p> <ul style="list-style-type: none"> – të mbledhë të dhëna rreth llojit të biznesit, organizatës apo institucionit; – të hulumtojë rreth konkurrentëve në internet në Google Trends dhe Alerts; – të mbledhë të dhëna rreth produkteve apo shërbimeve; – të përcaktojë objektivat e marketingut digjital nëpërmjet teknologjive të Google; – të përcaktojë karakteristikat e klientëve potencialë në internet; – të analizojë përdorimin e Google Marketing Platform; – të bëjë kërkime rreth fjalëve kyçe (keywords, tags) rreth produkteve dhe shërbimeve ; – të përcaktojë buxhetin në dispozicion për fushatat e marketingut; – të përcaktojë se në cilat prej platformave të Google do të krijojë llogari të re; – të optimizojë profilet ekzistuese; – të zbatojë standartet e privatësisë së të dhënave; – të diskutojë strategjinë e marketingut me biznesin, organizatën apo institucionin përkatës; <p>Instrumentet e vlerësimit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pyetje përgjigje me gojë. - Vëzhgimi me listë kontrolli. 	
	<p>RN 2 Kursanti publikon dhe optimizon Google Bussines Profile. Kriteret e vlerësimit: Kursanti duhet të jetë i aftë:</p> <ul style="list-style-type: none"> – të krijojë profilin profesional në Google Bussines Profile; 	

- të plotësojë siç duhet të dhënat në Google Bussines Profile;
- të përcaktojë saktë vendodhjen në hartë të biznesit, organizatës ose institucionit përkatës;
- të publikojë produktet apo shërbimet në Google Bussines Profile;
- të ndërrmarë hapat e verifikimit të profilit në Google Bussines Profile;
- të mirëmbajë profilin e hapur në Google Bussines Profile;
- të optimizojë profilin e hapur në Google Bussines Profile;
- të shtojë aksesin e personit të autorizuar në Google Bussines Profile;
- të ngrejë nivelin profesional duke ndjekur trajnimet pa pagesë të ofruara nga Google.

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

RN 3 Kursanti krijon fushata reklamimi në Google Ads.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë :

- të krijojë llogari në platformën Google Ads;
- të përzgjedhë strategjinë bid në varësi të objektivit dhe llojit të reklamës që do të realizohet në Google.
- të dizenjojë një landing page të thjeshtë në Sites by Google;
- të testojë një landing page të thjeshtë në Google Mobile Friendly Test;
- të ndërrmarë hapat e duhur për realizimin e fushatave të marketingut të llojit Search Ads;
- të ndërrmarë hapat e duhur për realizimin e fushatave të marketingut të llojit Display Ads;
- të ndërrmarë hapat e duhur për realizimin e fushatave të marketingut të llojit Shopping Ads;
- të ndërrmarë hapat e duhur për realizimin e fushatave të marketingut të llojit Video Ads;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

RN 4 Kursanti përgatit raportet nga Google Analytics.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë :

- të krijojë llogari në Google Analytics;
- të realizojë lidhjen me website-in;
- të realizojë lidhjen me Google Ads;
- të interpretojë ndërfaqen e Google Analytics;
- të interpretojë metrikat e raporteve në Google Analytics;
- të gjenerojë raporte të ndryshme sipas një specifikimi

kohor;

- të gjenerojë raporte të ndryshme sipas një segmentimi specifik të audiencës;
- të gjenerojë raporte të ndryshme sipas një filtrimi të caktuar të të dhënave;
- të raportojë ecurinë e fushatave Google Ads;
- të vlerësojë të gjitha të dhënat e mbledhura për optimizimin e fushatave të ardhshme të marketingut;
- të zbatojë standartet e privatësisë së të dhënave;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

Udhëzime për zbatimin e modulit

- Ky modul duhet të trajtohet në kabinetin kompjuterik. Rekomnadohen dhe vizita në biznese që kryejnë marketing digjital.
- Instruktori i praktikës duhet të përdorë sa më shumë të jetë e mundur shpjegimet të ilustruara me materiale pamore dhe me objekte konkrete.
- Kursantët duhet të angazhohen në veprimtari konkrete në mjediset e punës në platformat Google, fillimisht në mënyrë të mbikqyrur dhe më pas në mënyrë të pavarur.
- Atyre duhet ti jepen detyra konkrete për të krijuar hapa pas hapi profilet në platformën e marketingut të Google. Ata duhet të nxiten që të diskutojnë në lidhje me projektet që kryejnë dhe proceset e punës që vëzhgojnë.
- Gjatë vlerësimit të kursantëve duhet të vihet theksi te verifikimi i shkallës së arritjes së shprehive praktike që parashikohen në këtë modul.
- Realizimi i pranueshëm i modulit do të konsiderohet arritja e kënaqshme e të gjitha kritereve të realizimit të specifikuar për çdo rezultat të të nxënit.

Kushtet e domosdoshme për realizimin e modulit

Për realizimin si duhet të modulit është e domosdoshme të sigurohen mjediset, veglat, pajisjet dhe materialet e mëposhtme:

- Klasë mësimore e pajisur me mjete dhe materiale pamore.
 - Kompjuter, programe, internet.
 - Katalogë, rregullore, manuale, udhëzuesa, materiale të shkruara në mbështetje të çështjeve që trajtohen në modul.
-

5. Moduli “Menaxhimi i dyqaneve online”

<i>PERSHKRUESI I MODULIT</i>		
Titulli dhe kodi	MENAXHIMI DYQANEVE ONLINE	MK-17-349-22
Qëllimi i modulit	Një modul praktik që i aftëson kursantët për të planifikuar, dizenuar, zhvilluar, menaxhuar dhe mirëmbajtur një faqe web kryesisht të llojit <i>e-commerce</i> “Dyqan Online” nëpërmjet një <i>CMS-je</i> si psh. <i>Shopify</i> .	
Kohëzgjatja e modulit	60 orë mësimore Rekomandohet: 10% Teori; 80% Praktikë; 10% Vlerësime	
Niveli i parapëlqyer për pranim	Kursantët duhet të jenë mbi 18 vjeç, të kenë përfunduar arsimin e mesëm të lartë dhe të kenë kryer modulën “Hyrje në profesionin e marketingut digjital”.	
Rezultatet e të Nxënës (RN) dhe procedurat e vlerësimit	<p>RN 1 Kursanti analizon dhe përzgjedh CMS-në për ndërtimin e Web-it e-commerce “Dyqani online”. Kriteret e vlerësimit: Kursanti duhet të jetë i aftë:</p> <ul style="list-style-type: none">– të bëjë hulumtime në internet për llojet dhe versionet e fundit të CMS-ve aktuale;– të përzgjedhë llojin e CMS-së në varësi të llojit të web-it që do të ndërtojë;– të përshkruajë kërkesat për hostim dhe standardin e sigurisë që përmban ky CMS;– të identifikojë profilet e përdoruesve të CMS-së;– të identifikojë lehtësinë dhe shpejtësinë e ndërtimit të një faqe dinamike duke përdorur CMS;– të dokumentojë një analizë të shembujve të përdorimit të CMS;– të përgatisë plan propozimin e projektit të zhvillimit të faqes e-commerce me CMS; <p>Instrumentet e vlerësimit:</p> <ul style="list-style-type: none">- Pyetje përgjigje me gojë.- Vëzhgimi me listë kontrolli. <p>RN 2 Kursanti instalon dhe përdor CMS - Shopify për ndërtimin e web-it e-commerce. Kriteret e vlerësimit: Kursanti duhet të jetë i aftë :</p> <ul style="list-style-type: none">– Krijimi i faqes web për një biznes bazuar në Shopify. Instalimi, hostimi dhe administrimi.– të përshkruajë hap pas hapi praktikisht ndërtimin e site-it me Shopify;– të përzgjedhë temën e duhur në Shopify;– të instalojë temën e duhur në Shopify;– të instalojë plugin-et e nevojshme konform llojit të temës së përdorur;	

- të ndërtojë një faqe web e-commerce me ndërfaqe të thjeshtë për përdoruesit, me forma, navigim të organizuar etj., dhe ta lidhë atë me një bazë të dhënash duke përdorur standardin e CMS;
- të përcaktojë rolet e administrimit të faqes web në Shopify;
- të prezantojë faqen e ndërtuar për një profil përdoruesi mobile;
- të bëjë llogaritjet ekonomike dhe të plotësojë dokumentacionin teknik financiar për shërbimin e kryer;

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

RN 3 Kursanti analizon dhe përzgjedh *tools*-e për menaxhimin e Web-it e-commerce dhe sesionin e blog-ut.

Kriteret e vlerësimit:

Kursanti duhet të jetë i aftë :

- të përdorë shfletuesit e ndryshëm të internetit dhe kërkimi informacionit në web, për të krahasuar dhe analizuar dyqanet konkurente online.
- të përdorë aplikacionet konvencionalë si WhatsApp dhe Messenger si dhe implementimi tyre në Web,
- të përdorë aplikacionet si LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram dhe lidhja e tyre me faqen web.
- të menaxhoj (dashboard) panelin e administrimit Shopify dhe të krijojë, të editojë, të përmirësojë dhe të ndajë online materiale.
- të krijojë dhe implementoj sesionin e blogut në web, i cili do të ketë informacione rreth dyqanit online.
- të implementojë SEO (Optimizimi i faqes web) për përzgjedhjen e fjalëve kyçe dhe rankimin e web-it sa më lartë në motorët e kërkimit.
- të optimizojë UX-in e uebfaqes dhe të design-it, dhe të ekzekutoj fushata me metodologjinë link-building.
- të përdorë Google Analytics për gjenerimin e statistikave të trafikut, metrikës së shikueshmërisë, shitjet dhe klikimet e Webit.

Instrumentet e vlerësimit:

- Pyetje - përgjigje me gojë.
- Vëzhgimi me listë kontrolli.

Udhëzime për zbatimin e modulit

- Ky modul duhet të zhvillohet në laboratorin e praktikës së kompjuterave. Rekomnadohen dhe vizita në biznese që kryejnë marketing digjital.
- Instruktori i kursit duhet të drejtojë kursantin në zgjedhjen e një CMS-je, në bazë të suportit që mund t'i jepet kursantit me teknologjinë dhe sistemet e instaluar në laborator. Një shembull mund të jetë Shopify.
- Kursanti duhet të bëjë kërkim në internet për materiale, tutoriale

dhe shembuj për tool-set dhe mjetet e zgjedhura, dhe t'i organizojë ato thjeshtë për demonstrim.

- Kursanti duhet të plotësojë një listë me web-e “dyqane online” ekzistuese ku për ndërtimin e tyre është përdorur kjo lloj CMS-je dhe toolset.
- Instruktori duhet ti kërkojë kursantit në varësi të kompleksitetit të CMS, ndërtimin e një shembulli të thjeshtë funksional bazuar mbi përdorimin e kësaj CMS-je dhe tools-ve.
- Instruktori duhet të nxitë kursantët të angazhohen në diskutime për rastet e ndryshme që paraqiten.
- Gjatë vlerësimit të kursantëve duhet të zbatohet sa më shumë kontrolli i demonstrimit praktik të aftësive të tyre.
- Realizimi i pranueshëm i modulit do të konsiderohet arritja e kënaqshme e të gjitha kritereve të realizimit të specifikuara për çdo rezultat të të nxënit.

Kushtet e domosdoshme për realizimin e modulit

Për realizimin si duhet të modulit është e domosdoshme të sigurohen mjediset, veglat, pajisjet dhe materialet e mëposhtme:

- Klasë mësimore e pajisur me mjete dhe materiale pamore.
 - Kompjuter, programe, internet.
 - Katalogë, rregullore, manuale, udhëzuesa, materiale të shkruara në mbështetje të çështjeve që trajtohen në modul.
-