



## **DETYRAT FUNKSIONALE DHE PËRSHKRIMI I PUNËS**

**Pozicioni: SPECIALIST/E I/E MARKETINGUT DHE EVENTEVE**

**Qendra “Parku Ujor Drilon Tushemisht”**

**Destinacioni Turistik: Parku Ujor Drilon-Tushemisht**

---

### **I. INFORMACIONE TË PËRGJITHSHME**

#### **Emërtimi i Pozicionit**

Specialist i Marketingut dhe Eventeve

#### **Departamenti**

Marketing dhe Zhvillim i Turizmit

#### **Raporton Drejtpërdrejt Te**

Drejtori Ekzekutiv i Shoqatës

#### **Lloji i Punës**

Pozicion me kohë të plotë

#### **Data e Përgatitjes**

Janar 2026

---

### **II. OBJEKTIVI I PËRGJITHSHËM I POZICIONIT**

Specialisti i Marketingut dhe Eventeve është përgjegjës për hartimin, zhvillimin dhe zbatimin e strategjive të marketingut për destinacionin turistik Parku Ujor Drilon-Tushemisht. Ndër detyrat kryesore janë: promovimi i kompleksit dhe shërbimeve të tij (shërbimi i biçikletave, varkave, parkimi, Qendra e Vizitorëve), realizimi dhe koordinimi i eventeve (konferenca, festa kulturore, aktivitete sportive), promovimi i traditave, gatimeve dhe atraksioneve të zonës dhe gjithë Bashkisë Pogradec, hartimi i paketave turistike të ndryshme (ditore, shumë ditore), promovimi i bizneseve lokale në Drilon dhe Tushemisht, bashkëpunimi me operatorë turistikë, dhe zhvillimi i destinacionit si një brand i njohur në nivel vendas dhe ndërkombëtar.

---

### **III. DETYRAT DHE PËRGJEGJËSITË KRYESORE**

#### **A. Strategjia e Marketingut dhe Zhvillimi i Destinacionit**

##### **1. Hartimi i Planit të Marketingut Vjetor**

- Përgatit planin strategjik të marketingut vjetor në koordinim me Drejtorin Ekzekutiv
- Përcakton objektivat e marketingut në nivel makro dhe mikro



- Identifikon segmentet e synuara (familje, çifte, grupe, sipërmarrje, institucione)
- Përcakton mesazhet kryesore të komunikimit
- Planifikon buxhetin e marketingut sipas kanaleve: medime sociale, media tradicionale, reklama online, evente, publicitete
- Përcakton treguesit e performancës (KPI-t) për matjen e suksesit

## 2. Zhvillimi i Brand Identity

- Ndihmon në zhvillimin e identitetit të destinacionit (Drilon-Tushemisht)
- Siguron qëndrueshmërinë e brand-it në të gjitha materialet promociionale
- Menaxhon udhëzimet e brand-it për përdorimin e logove, ngjyrave, fonteve
- Monitoron perceptimin e brand-it në treg dhe përshtatshmërinë e mesazheve

## 3. Kërkimi i Tregut dhe Analiza e Konkurrencës

- Kryhen kërkime tregu për të kuptuar preferencat e vizitorëve potencial
- Analizon konkurrentët (parqe të tjera ujore, destinacione turistike në Shqipëri dhe rajon)
- Identifikon mundësitë dhe sfidat në tregun turistik
- Përgatit raporte me analiza tregu për vendimmarrje

## B. Promovimi i Destinacionit dhe i Shërbimeve

### 1. Fushata Promovuese Digjitale

- Menaxhon dhe përditëson faqen e internetit të destinacionit
- Krijon dhe publikon përmbajtje në medime sociale (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube)
- Administron llogaritë sociale, media dhe komunikon me vizitorët potencial
- Zhvillon strategi SEO për të përmirësuar dukshmërinë në kërkimet online
- Menaxhon fushata të reklamimit online (Google Ads, social media ads)
- Monitoron analitikën e faqes së internetit dhe rrjetet sociale për të matur performancën

### 2. Materialet Promociionale dhe Publicitare

- Përgatit materiale të printuara për shpërndarje
- Krijon video promovuese (video të destinacionit, udhëzues për vizitorët, udhërrëfyesit turistikë)
- Organizon përgatitjen e fotografive profesionale të parkut, eventeve dhe atraksioneve
- Menaxhon bibliotekën e imazheve dhe videove të destinacionit



- Zhvillon reklama në TV vendase, radio dhe medime të tjera
- Kryen bashkëpunime me media për publikim të lajmeve dhe artikujve

### **3. Komunikimi me Operatorët Turistikë**

- Komunikon me operatorë turistikë vendas dhe ndërkombëtarë
- Ofron paketa shërbimesh dhe kuota speciale për operatorët
- Propozon nënshkrimin e marrëveshjeve të bashkëpunimit me agjenci udhëtimesh
- Nënshkruan marrëveshje me hotele dhe restorante për paketat kombinuëse
- Përzgjedh dhe promovon produkte të përshtatshme në katalogët e operatorëve

### **4. Promovimi i Bizneseve Lokale dhe Fshatit të Tushemishtit**

- Krijon qasje të përbashkëta të marketingut për biznese në Drilon dhe Tushemisht
- Bashkëpunon me bizneset lokale (hotele, restorante etj.) për promovimin e përbashkët
- Promovon gatimet tradicionale dhe produktet lokale
- Ndhmon në hartimin e broshurave dhe materialeve të promovimit për bizneset lokale
- Organizon takime të rregullta me komunitetin e biznesit për koordinim të marketingut

### **5. Promovimi i Traditës, Kulturës dhe Gatimeve**

- Promovon traditat dhe kulturën e zonës
- Dokumenton dhe promovon gatimet tradicionale të zonës
- Ndhmon në hartimin e menu-ve dhe paketave kulinare tradicionale
- Krijon histori dhe përmbajtje mbi origjinën dhe traditën e gatimeve
- Promovon artet, zejjet dhe produktet lokale

## **C. Realizimi dhe Koordinimi i Eventeve**

### **1. Planifikimi dhe Organizimi i Eventeve**

- Koncepton dhe planifikon evente të ndryshme: festa kulturore, gara sportive, aktivitete rekreative, konferenca
- Zhvillon kalendarin vjetor të eventeve në koordinim me Drejtorin Ekzekutiv
- Përcakton objektivat, buxhetin dhe grupet e synuara për secilin event
- Planifikon detajet logjistike: vendin, kohën, kohëzgjatjen, kapacitetet, nevojat teknike



- Siguron lejet dhe miratimin zyrtar nga autoritetet kompetente

## **2. Koordinimi i Logistikës së Eventeve**

- Koordinon punën me furnizues të tjerë
- Menaxhon vendin, transportin, akomodimin e pjesëmarrësve ose performuesve
- Planifikon pajisjet teknike: foni, ndriçim, ekrane, kamera etj.
- Sigurohet për garantimin e sigurisë së vizitorëve që marrin pjesë në aktivitete
- Menaxhon buxhetin e eventit dhe negocion çmimet me furnizuesit

## **3. Marketingu i Eventeve**

- Përgatit fushatat promovuese për secilin event (media sociale, reklama, broshura, email-e)
- Kërkon dhe menaxhon sponsorizimet për eventet
- Përgatit materiale bashkë-promovuese me partnerë
- Koordinon mbulimin mediatik dhe reklamimin para, gjatë dhe pas eventit
- Merr feedback nga vizitorët dhe e përdor për përmirësimin e eventeve të ardhshme

## **D. Hartimi i Paketave Turistike**

### **1. Zhvillimi i Paketave Ditore**

- Koncepton dhe harton paketa turistike ditore sipas sezonit
- Përcakton çmimet në përputhje me kërkesën dhe konkurrencën
- Promovon paketat në faqen e internetit të shoqatës, në rrjetet sociale, agjenci udhëtimesh etj.
- Harton paketa për turizmin e qëndrimit (2-3 ditë ose më shumë)
- Integron në paketë morinë e shërbimeve që ofrohen brenda Parkut Ujor Drilon Tushemisht dhe më gjerë

### **2. Menaxhimi i Paketave të Tregjeve Specifike**

- Zhvillon paketa të përshtatura për segmente të ndryshme (familje, të rinj, biznese, pensionistë)
- Krijon paketa sezonale (verë, gjatë festave, mësim edukativ etj.)
- Harton paketa për ngjarje të veçanta (dasma, datëlindje, team-building)

## **E. Udhërrëfyesit Turistike dhe Bashkëpunimi me Operatorë**

### **1. Udhërrëfyesit Turistikë në Partnerë dhe Operatorë**

- Koordinon realizimin e udhërrëfimeve me operatorë turistikë ose agjenci
- Përgatit plane detajuar të udhërrëfimit (itinerare, aktivitete, ushqim etj.)



- Furnizon operatorët me informacion për destinacionin
- Sigurohet që materiali i përdorur nga udhërrëfyesi të jetë i saktë dhe tërheqës

## **2. Trajnimi i Udhërrëfyesve**

- Ndihmon në trajnimin e udhërrëfyesve vendas
- Përgatit materiale edukative për udhërrëfyesit
- Sigurohet që udhërrëfyesit të flasin gjuhët më të përdorura (anglisht, frëngjisht etj.)
- Koordinon trajnimet periodike

## **F. Raportimi dhe Analiza e Performancës**

### **1. Raportime Periodike**

- Përgatit raport mujor të performancës së marketingut
- Përfshin analiza të trafikut të faqes së internetit, angazhimit në rrjetet sociale, numrin e vizitorëve
- Analizon të ardhurat e gjeneruara nga fushata të ndryshme
- Raporton mbi efektivitetin e eventeve
- Propozon masa për përmirësimin e performancës

### **2. Analiza dhe Matja e treguesve të performancës (KPI)**

- Ndjek treguesit e performancës (KPI) të përcaktuar në planin e marketingut
- Mat rritjen e vizitorëve sipas muajit, sezonit dhe burimit
- Analizon shkallën e konvertimit të vizitorëve në pagesa
- Monitoron kostot për vizitor dhe kthimin e investimit të fushatave
- Përgatit panelet përmbledhëse të rëndësishme për menaxhimin

## **G. Bashkëpunimi dhe Koordinimi Ndërinstitucional**

### **1. Bashkëpunimi me Bashkinë Pogradec**

- Koordinon me Bashkinë për promovimin e Bashkisë dhe atraksioneve të tjera
- Integron Drilon-Tushemishtin në strategjinë e turizmit të Bashkisë
- Bashkëpunon me Qendrën e Zhvillimit Rajonal dhe institucione tjera
- Përgatit propozime të përbashkëta promovuese me Bashkinë

### **2. Bashkëpunimi me Agjenci Shtetërore**

- Koordinon me Agjencinë Kombëtare të Turizmit



- Merr pjesë në ngjarje promovuese të organizuara nga insitucionet shtetërore
- Furnizon me informacione mbi statistikat e vizitorëve
- Zbaton udhëzimet kombëtare të turizmit

### **3. Rrjeti Profesional**

- Mban lidhje me profesionistë të tjerë në industrinë e turizmit
- Përfaqëson shoqatën në konferenca, seminare, evente industriale
- Viziton destinacione të tjera për shkëmbimin e eksperiencave
- Zhvillon strategji të standarteve krahasuese me destinacione të përshtatshme

## **H. Ndryshimet dhe Inovacioni**

### **1. Përditësimet e Fushatave**

- Ndjek trendet e fundit në turizëm dhe marketing
- Përshtat strategjinë e marketingut sipas ndryshimeve në preferencat e vizitorëve
- Teston fushata të reja dhe inovative
- Zbaton praktikat më të mira nga destinacione të tjera

### **2. Zhvillimi i Produkteve të Reja**

- Propozon produkte dhe shërbime të reja në park
- Koncepton aktivitete të reja për të tërhequr grupe të reja vizitorësh
- Eksperimenton me forma të reja të eventeve
- Menaxhon ciklin e plotë të zhvillimit të produktit të ri (nga ideja deri në zhvillim)

---

## **IV. KRITERET E PËRZGJEDHJES**

### **Arsimi**

- Diplomë universitare (Licencë) në Marketing, Menaxhim Turizmi, Komunikim, Menaxhim Eventesh ose fusha të ngjashme nga institucione të akredituara në Shqipëri ose jashtë saj
- Preferueshëm: Kurse shtesë në Digital Marketing, Social Media Marketing, Event Management ose Brand Management

### **Përvojë Profesionale**

- Minimum 3-5 vjet përvojë në fusha të ngjashme në institucione publike, private ose jo-fitimprurëse



- Preferueshëm: Përvojë të paktën 2 vjeçare në promovimin e destinacioneve turistike ose eventeve të mëdha
- Përvojë në menaxhimin e rrjeteve sociale dhe komunikim digjital

### **Aftësitë Teknike dhe Profesionale**

- Njohuri të gjuhës shqipe në nivel të lartë (gjuhë amtare)
- Njohje e mirë e gjuhës angleze (minimum B1, preferueshëm C1) për komunikim me operatorë ndërkombëtarë
- Preferueshëm: Njohje të gjuhëve të tjera (italisht, frëngjisht, gjermanisht)
- Preferohet: Njohje të programeve të dizajnit: Adobe Suite (Photoshop, Illustrator, InDesign), Canva
- Preferohet: Njohje të programeve të video editimit: Adobe Premiere, DaVinci Resolve ose të ngjashme
- Njohje të platformave të rrjeteve sociale: Facebook Business Manager, Instagram, TikTok, YouTube analytics
- Njohje të programeve të email marketing: Mailchimp, ActiveCampaign ose të ngjashme
- Njohje të Excel për analiza të dhënash dhe raportim
- Njohje të CMS për menaxhimin e faqes së internetit (WordPress ose të ngjashme)
- Njohje në planifikimin e projekteve

### **Aftësitë Personale dhe Profesionale**

- Aftësi për të konceptuar ide të reja dhe fushata origjinale
- Aftësi komunikimi në mënyrë të qartë dhe profesionale
- Aftësi dizajni dhe estetike pamore - të ketë sy për detaje dhe harmoni pamore
- Të menaxhojë disa projekte njëkohësisht
- Aftësi në negociimin me furnizues, operatorë, partnerë
- Të kërkojë feedback dhe të përmirësohet vazhdimisht
- Të përshtatet ndaj ndryshimeve dhe sfidave të papritura
- Të veprojë me transparencë dhe të ndjekë detyrat
- Pasion për turizmin dhe destinacionin
- Të ndërtojë marrëdhënie të forta me partnerët dhe komunitetin

### **Kualifikime të Tjera të Preferuara**

- Përvojë me sisteme CRM (Customer Relationship Management)
- Përvojë në prodhimin e videove ose fotografive profesionale



- Përvojë në menaxhimin e buxheteve të mëdha
- Njohje të kulturës dhe historisë së Pogradecit

### **Kërkesa të Tjera**

- Nuk duhet të ketë dënime penale
- Portofol dhe shembuj të punëve të mëparshme
- Fleksibilitet për orë shtesë gjatë sezonit turistik (verë) ose periudhave kritike të eventeve
- Gatishmëri për udhëtime për konferenca apo takime me operatorë
- Të disponojë mjet transporti personal

---

## **V. PROCEDURA E VLERËSIMIT TË KANDIDATËVE**

### **1. Dorëzimi i Dokumentacionit**

- CV me përvojë
- Letër motivimi
- Kopje të dëshimeve dhe certifikatave (shkolla, kurse, certifikime profesionale)
- Portofol dhe shembuj të punëve të mëparshme
- Tre referenca nga punëdhënës të mëparshëm
- Dëshmi penaliteti

### **2. Përzgjedhja Paraprake**

- Vlerësimi i CV-ve sipas kriterëve
- Vlerësimi i eksperiencës
- Përzgjedhja e kandidatëve për intervistë

### **3. Intervista**

- Intervistë e strukturuar mbi strategjinë e marketingut
- Intervistë mbi eksperiencën e eventeve
- Vlerësim i aftësive prezantuese (kandidati prezanton ide fushatash)
- Vlerësim i aftësive të komunikimit dhe logjikës
- Diskutim mbi njohurinë e destinacionit

### **4. Vlerësim me Pikë**

- Arsimi: 15 pikë maksimumi
- Përvoja: 30 pikë maksimumi
- Aftësitë teknike: 20 pikë maksimumi



- Aftësitë personaliet dhe komunikimi: 20 pikë maksimumi
- Portofoli dhe shembuj: 15 pikë maksimumi
- **Minimum për kalim: 75 pikë**

#### 5. **Kontroll Përfundimtar**

- Kontroll sfondi
- Referenca nga punëdhënës të mëparshëm
- Kontroll i diploma dhe certifikatash
- Prova praktike: zhvillimi i një propozim fushate në 1-2 orë

---

## VI. PËRFAQËSIM HIERARKIK

Bordi i Shoqatës

|

Drejtori Ekzekutiv

|

Specialist i Marketingut dhe Eventeve

|

Stafi Operacional i Parkut (bashkëpunim)

---

## VII. KUSHTET E PUNËS

- **Lloji i Punës:** Kontratë pune me kohë të plotë
- **Vendi i Punës:** Qendra e Vizitorëve
- **Orari i Punës:** 40 orë në javë
- **Rroga:** Në përputhje me politikën e pagave të shoqatës
- **Përfitime:** Sigurim shëndeti, pushime vjetore, përfitime tjera sipas ligjit

---

## VIII. ZËVENDËSIM I KËTIJ PËRSHKRIMI

Ky përshkrim i punës do të shqyrtohet dhe përditësohet sipas nevojës, ose çdo 2 vjet, në koordinim me Drejtorin Ekzekutiv dhe Bordin e Shoqatës.