

DIGI Women

Tools für digitales Unternehmertum
und Unterstützung für Unternehmerinnen

Projekt nach Vereinbarung Nr. 2020-1-BG01-KA204-079272

Kofinanziert durch das Programm Erasmus+ der Europäischen Union



Erasmus+



HUMAN
RESOURCE
DEVELOPMENT
CENTRE

Curriculum

*(zur Ausbildung von Trainerinnen und Trainern in der Unternehmensdigitalisierung
und von Unternehmerinnen)*

CONSULENZA
DIREZIONALE
DI PAOLO
ZARAMELLA



CEPOR

Centar za politiku razvoja malih
i srednjih poduzeća i poduzetništva

bit management
member of bit group



SEGE
GREEK ASSOCIATION OF
WOMEN ENTREPRENEURS



Gemeinsam entwickelt von

Consulezza Direzionale di Paolo Zaramella (CDPZ), Italien

bit management Beratung GesmbH, Österreich

Griechischer Verband der Unternehmerinnen – SEGE, Griechenland

Cluster-Experten Ostseeraum – CEBSR, Lettland

Nationale Technische Universität „Polytechnisches Institut Charkiw“, Ukraine

CEPOR – Zentrum für KMU und Unternehmenspolitik, Kroatien

Universität für National- und Weltwirtschaft, Bulgarien

2021

Curriculum – Prototyp

Der CURRICULUM – Prototyp wurde für die Ausbildung von Digitalisierungsexperten entwickelt, die zusätzliche Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben sollten, um Unternehmerinnen in Schwierigkeiten dabei zu helfen, Einkommen zu erzielen und sich selbst zu versorgen.

Der CURRICULUM Prototyp wurde auf der Grundlage der Forschung erstellt, die in Bulgarien, Lettland, der Ukraine, Italien, Griechenland, Österreich und Kroatien von den Partnerorganisationen des DIGI-WOMEN-Projekts durchgeführt wurde, das vom EU-Programm Erasmus+ finanziert wird.

Ziel der Forschung war es, tiefere Einblicke in die Bedürfnisse der Unternehmerinnen zu erhalten, insbesondere von jenen in schwierigen Situationen. Ziel war es, das Wissen der Experten über digitale Instrumente mit anderen unternehmerischen Fähigkeiten zu verknüpfen, die Unternehmerinnen fehlen, die sie bisher unternehmerisch ignorieren oder anders angehen als Männer (Strategieentwicklung, unternehmerische Chancensuche usw.) Dies macht das Curriculum zu einem effektiven Instrument zur Erreichung des Gesamtziels des DIGI-WOMEN-Projekts.

Im DIGI-WOMEN-Projekt und im entwickelten Curriculum Prototype werden folgende Definitionen der Schlüsselbegriffe verwendet:

Unternehmerinnen

Die Zielgruppe des DIGI-WOMEN-Projekts sind **Unternehmerinnen in Schwierigkeiten**, die aufgrund fehlender Betriebseinkommen vor Überlebensherausforderungen stehen.

Digitalisierung

Obwohl die Digitalisierung eine breite Palette von Dienstleistungen umfasst, wird in diesem Projekt aufgrund des geringen Niveaus der technischen Fähigkeiten und Kenntnisse und der Tatsache, dass die meisten Frauen in der Dienstleistungsbranche tätig sind, die Digitalisierung als ein Mittel des Erreichens des Marktes und nicht als Mittel zur Verbesserung der Technologieprozesse wahrgenommen.

Digitalisierungsexperten

Zielgruppe (Teilnehmer) bei der Umsetzung **von Bildungsprogrammen auf Basis dieses Curriculums sind Digitalisierungsexperten** - Fachleute mit entwickelten Fähigkeiten und Kenntnissen, die für die Umsetzung der Digitalisierung eines Unternehmens benötigt werden. Sie kombinieren in der Regel beide Rollen: 1) Berater bei der Digitalisierung und Unterstützung der Kunden bei der Erweiterung des Kundenpools durch die Nutzung digitaler Tools; und 2) Trainer zu sein – als Möglichkeit, potenzielle Kunden zu schulen und deren Beratungsleistungen zu fördern.

Lehrplan

Das Curriculum ist ein Rahmen für die Ausarbeitung eines lebenslangen Lernprogramms, das aus vordefinierten Elementen besteht, wie z. B.: Kurstitel, Ziel, Inhalt, Lehrmethoden und -werkzeuge, Lehrplan usw.

1: Ziel & Methodology

Der Curriculum Prototyp wurde auf Basis einer Deskresearch und Primärforschung von DIGI-WOMEN-Partnern entwickelt. Primäre Forschung wurde unter Unternehmerinnen als Zielnutznießerdes des DIGI-WOMEN-Projekts und Digitalisierungsexperten als Zielgruppe (Teilnehmer) des implementierten Curriculums durchgeführt. Insgesamt umfasste die Primärforschung 39 Unternehmerinnen und 35 Digitalisierungsexperten aus 7 Ländern. Sowohl die Deskresearch als auch die Primärforschung wurden auf der Grundlage detaillierter Forschungsleitlinien und Checklisten für halbstrukturierte Interviews durchgeführt (Anhang 1 und 2). Die Liste der literaturwissenschaftlichen Daten (z. B. Referenzdokumente, Studien, Länderberichte, Politikberichte, Programmbeschreibungen und andere relevante Dokumente), die in der Deskresearch verwendet werden, ist in Anhang 3 aufgeführt.

Das Hauptziel der vorbereitenden Forschung bestand darin, *Einblicke in die spezifischen Bedürfnisse von Unternehmerinnen in Schwierigkeiten zu gewinnen, das Potenzial der Digitalisierung bei der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens zu ermitteln* und andere unternehmerische *Fähigkeiten zu ermitteln, die Frauen entwickeln müssen, da diese Fähigkeiten mit der Fähigkeit zur Nutzung digitaler Instrumente zusammenhängen*. Darüber hinaus sollten die Forschungsergebnisse die Identifizierung von Wissen und Fähigkeiten ermöglichen, die *Digitalisierungsexperten entwickeln müssen*, um Unternehmerinnen bei der Nutzung von Digitalisierungsinstrumenten zu unterstützen.

Nach der Ausarbeitung des Curriculumentwurfs wurde der Prozess der internen und externen Überarbeitung durchgeführt. Interne Gutachter waren Vertreter aller DIGI-WOMEN Projektpartnerorganisationen und externe Gutachter waren Zielgruppenvertreter (Digitalisierungsexperten und Unternehmerinnen), die ihr Feedback und Vorschläge zur Verbesserung des Curriculum Prototyp zur Verfügung stellten. Basierend auf ihren Kommentaren wurde die endgültige Version von Curriculum Prototyp entwickelt.

2: Bericht - Interviews mit Unternehmerinnen

DIGI-WOMEN-Partner führten insgesamt 39 Interviews mit Unternehmerinnen durch, um Informationen zu sammeln, die für die Entwicklung des Curriculums relevant sind.

Die Befragungen wurden unter den Befragten durchgeführt, die nach folgenden Kriterien identifiziert wurden:

Unternehmerinnen in Schwierigkeiten, Unternehmerinnen, die aufgrund von Digitalisierung eine deutliche Verbesserung der Unternehmen vorgenommen haben, Vertreterinnen von Unternehmerinnen, Unternehmerinnen, Unternehmerinnen.

Auf der Grundlage von Interviews wurde eine Liste von Schlussfolgerungen über die Bedürfnisse von Unternehmerinnen als Endbegünstigten des Projekts erstellt.

Die wichtigsten Punkte sind:

- *Unterschiedliche Vorkenntnisse und Die Nutzung der Digitalisierung sind bei Unternehmerinnen offensichtlich*
- *Sie alle sind sich der positiven Auswirkungen bewusst, die die Digitalisierung auf ihr Unternehmen haben kann, und möchten mehr darüber erfahren.*
- *Nicht alle von ihnen wollen die Digitalisierungsfragen selbst lösen. Einige von ihnen glauben, dass sie wichtigere Managementfragen zu lösen haben und möchten diese Punkte an Experten auslagern.*
- *Die meisten von ihnen entscheiden sich für ein hybrides Trainingsmodell – vor Ort, um Kontakte zu Ausbildern und anderen Auszubildenden zu knüpfen & online mit vorab aufgezeichneten Sitzungen, um Zeit zu sparen. In vielen Fällen müssen Frauen die Balance zwischen dem Privatleben (Problemfeld: traditionelles Frauenbild über die Rollenverteilung in der Familie) und der Ausübung einer unternehmerischen Karriere finden. Daher ist es wichtig, Vor-Ort-Teile von Schulungen für Netzwerkzwecke und Online-Teile von Schulungen zu kombinieren, um sie stärker an ihren Flexibilitätsbedarf anzupassen.*
- *Sie bevorzugen eine Schritt-für-Schritt-Anleitung mit der Möglichkeit, sich an den Trainer zu wenden und bei Bedarf weitere Erläuterungen zu erhalten.*
- *Sie möchten aus realen Praxisbeispielen lernen, die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Einkommenssteigerung zeigen.*
- *In einigen Ländern entstand die Idee eines Newsletters, der aktuelle Informationen über Digitalisierungsinnovationen und Ausbildungsmöglichkeiten liefern sollte.*
- *In vielen Fällen missfällt Frauen die Idee, als separate Gruppe behandelt zu werden, und bevorzugen gemeinsame Schulungen mit Männern Unternehmer.*

3: Bericht – Interviews mit Digitalisierungsexperten

DIGI-WOMEN-Partner führten in insgesamt 35 Interviews mit Digitalisierungsexperten, um für die Entwicklung des Curriculums relevante Informationen zu sammeln.

Die Befragungen wurden unter den Befragten durchgeführt, die nach folgenden Kriterien identifiziert wurden:

Digitalisierungsexperten, die ihre Dienstleistungen oder Schulungen für Selbständige /Eigentümer von Kleinstunternehmen anbieten, diejenigen, die Erfahrung in der Erbringung von Dienstleistungen für Unternehmerinnen haben, diejenigen, die durch die Einführung digitaler Tools großen Einfluss auf die Verbesserung des Geschäftsmodells kleiner Unternehmen gemacht haben, diejenigen, die den Pool ihrer Kunden aus dem Mikrogeschäftsegment erweitern möchten, insbesondere von Frauen geführten Unternehmen.

Basierend auf Interviews mit Digitalisierungsexperten wurde eine Liste von Schlussfolgerungen zu den Wissens- und Kompetenzlücken von Digitalisierungsexperten (DE) als Zielgruppe in diesem Projekt entwickelt.

Die wichtigsten Punkte sind:

- *Bis zu einem gewissen Grad zeigen DE Unterstützung für die Idee, eine Ausbildung für Unternehmerinnen als separate Gruppe zu organisieren (psychologisch sichereres Umfeld), aber es gibt auch andere Meinungen darüber. Einige glauben, dass es die Frage des Wissensstandes (Anfänger) ist, nicht der Geschlechterfrage*
- *DE benötigen eine Kompetenz, um eine Gruppe mit unterschiedlichem Vorwissensniveau auszubilden, was häufig der Fall ist*
- *Wenn DE selbst Unternehmer sind, hilft es ein besseres Verständnis des Ausbildungsbedarfs von Unternehmerinnen zu haben*
- *Wenn DE bereits mit Start-ups / Unternehmern zusammengearbeitet hat – mehr Chance, die Bedürfnisse von (Frauen-)Unternehmern besser zu verstehen*
- *Verständnis von Geschäftsmodell, strategischem Management und strategischem Marketing – für die Mehrheit von DE ist die effektive Erbringung ihrer Dienstleistungen als Digitalexperten sehr nützlich*
- *Einige DE glauben, dass Unternehmerinnen Digitalisierungsdienste auslagern sollten, und einige glauben, dass sie in die Lage versetzt werden können, dies selbst und auf einer grundlegenden Ebene zu tun.*
- *Mehrheit der DE glaubt, dass auch mit einem kleinen Budget für die Digitalisierung wirkungsvoller Wirkung erzielt werden könnte*
- *Sie glauben, dass die effizienteste Art der Ausbildung onsite & online-Sitzungen wäre – aufgezeichnet, um eine kontinuierliche Nutzung zu ermöglichen*
- *Vorschlag: Ausbildung wird ergänzt durch Möglichkeiten zum Austausch von Kompetenzen unter Den Auszubildenden und gegenseitige Konsultationen (Peer-Support) – über Kommunikationsplattformen für*
- *Auch einige schlagen Themen vor: Frauenpsychologie, Geschäftsverhandlungen, Finanzplanung, Innovationsprozess, Unternehmensanalyse*
- *Schritt-für-Schritt-Führung & Hands-on-Ansatz*
- *Es wäre effektiv, die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Erhöhung des Unternehmenseinkommens zu bewirken, um die Motivation von Frauen zu erhöhen, ihre Zeit für Schulungen zu widmen.*
- *Der Inhalt der Schulungen zur Digitalisierung könnte an die Bedürfnisse von Unternehmerinnen im Sinne ihres technischen Wissens angepasst werden, das in der Regel schlecht ist.*

Anhand dieser Erkenntnisse, die sowohl durch Deskresearch als auch durch Primärforschung gewonnen wurden, wurden die Struktur und der Inhalt des Curriculum Prototyp entwickelt.

4: Curriculum Prototyp

TITEL DES CURRICULUMS

Vorgeschlagener Titel des Curriculums für Digitalisierungsexperten:

DIGI Women - ToolKit für Trainer

Die DIGI-WOMEN-Partner identifizierten auch mögliche Titel für die Schulungen zur Digitalisierung, die sich an Unternehmerinnen richten (die bei der Übersetzung in lokale Sprachen angepasst werden sollen):

- WOMEN IN ACTION! HOW TO IMPROVE THE BUSINESS THANKS TO ICT TOOLS
- A new approach of women entrepreneurs to achieve digital transformation
- Succeed by digitalizing your business!
- Accelerated Digitalisation Venturing Aimed to New Creative Economy (ADVANCE)
- Learning Experience Targeted at Special Groups of Digital Women Entrepreneurs - LET'S GO Digi (WE)
- Women Entrepreneurs Go Digital (We Go Digi)
- New Entrepreneurs Women - Digital Tools for Applicable Learning (NEW DIGITALS)
- DigiWomen Training Modules - DIGTM or DiWoTM
- DIGI women: Digital Competences for Business Women
- Acquiring Digital Value Aimed to New Competitive Enterprise (ADVANCE).

CURRICULUM-RELEVANZ

Ziel des Curriculums ist es, Digitalisierungsexperten auszubilden, die Unternehmerinnen in Schwierigkeiten helfen können, die Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit ihrer Unternehmen durch die Einführung digitaler Instrumente zu steigern. Die COVID-19-Pandemie bestätigte, dass das Digitale nicht mehr eine Option, sondern eine Notwendigkeit geworden ist. Tatsächlich hat die Krise die Abhängigkeit kleiner Unternehmen von Technologie verstärkt und die Bedeutung der Digitalisierung verdeutlicht. Je digitaler ein Unternehmen ist, desto schneller passt es sich an Marktveränderungen an und steigert seinen Umsatz. Derzeit wurden in allen DIGI-WOMEN-Partnerländern nur wenige Beispiele für Schulungen mit spezifischen Inhalten für Unternehmerinnen identifiziert.

Die Bedeutung für die Entwicklung des Curriculums wird auch durch die Ergebnisse der Deskresearch und Primärforschung in 7 Partnerländern unterstützt, die Folgendes aufzeigen:

- *Digitalisierung kann Unternehmer wettbewerbsfähiger machen und die Zahl der Kunden, Einkommen und Gewinne erhöhen*
- *Die Unterrepräsentation von Frauen in IT-Berufen führt zu einem geringeren Niveau der IT-Kompetenz von Frauen im Vergleich zu*
- *Geringe Digitalisierung kleiner Unternehmen im Allgemeinen (wie berichtet in Griechenland, Bulgarien, Kroatien, Lettland)*
- *Die meisten Schulungen zur Digitalisierung richten sich an hochqualifizierte Mitarbeiter aus großen Unternehmen*
- *Die verfügbaren Schulungen enthalten häufig spezifische Produktrichtlinien, vernachlässigen jedoch die spezifischen Bedürfnisse der Unternehmen, die sich nach*

Größenklassen, Branchenzugehörigkeit und Basistechnologie unterscheiden, die bei ihren Tätigkeiten verwendet werden.

- *Kleinere Unternehmen sind mit Hindernissen bei der Einführung von Digitalisierung konfrontiert.*

POTENZIELLE ORGANISATOREN UND PARTNER BEI DER UMSETZUNG DES CURRICULUMS

Ein systematisches Schulungsprogramm zur Digitalisierung von Unternehmen, die von Unternehmerinnen gegründet und verwaltet werden, könnte von verschiedenen Ausbildungsorganisationen - öffentlichen, privaten und gemeinnützigen Organisationen - genutzt werden, die Experten mit entsprechenden Kenntnissen und Fähigkeiten gewinnen können. Ein wesentliches Element, das das Interesse an einem solchen Programm bestimmen wird, ist das Modell, das die Kosten für seine Umsetzung angesichts der begrenzten finanziellen Ressourcen der Zielgruppe – Unternehmerinnen, die Schwierigkeiten in ihrem Geschäft haben - decken wird.

Bei Bedarf kann das Programm ausschließlich online implementiert werden, was die Kosten für die Implementierung deutlich senken wird. Die Umsetzung dieses Programms auf dem Markt ist ebenfalls möglich, aber es wird nur Unternehmerinnen erreichen, die die notwendigen Mittel bereitstellen können.

Eine wichtige Rolle bei der Popularisierung des Programms können die Vereinigungen von Unternehmerinnen (wie SEGE in Griechenland, Gründerinnen in Österreich oder International Business Women Network in Kroatien), die Arbeitgeberorganisationen (wie Wirtschaftskammern in Griechenland, Handelskammer in Italien oder Kroatische Arbeitgeberverband in Kroatien), Universitäten, öffentliche Organisationen (wie öffentliche Bibliotheken, die Zugang zu Online-Schulungen in Lettland bieten können) und Organisationen, die sich auf Ausbildung im Managementbereich spezialisiert haben, spielen.

Für Unternehmerinnen, die nicht über die erforderlichen Ressourcen verfügen, ist es gut, alternative und erschwingliche Wege zu bieten, um die Fähigkeiten zur Digitalisierung ihrer Unternehmen mit einem begrenzten oder Nullbudget weiter zu verbessern (z. B. durch die Teilnahme an Schulungen, Beratung und Mentoring, die von verschiedenen gezielten Stipendienprogrammen bereitgestellt werden, die von Organisationen von Unternehmerinnen oder anderen Interessengruppen durchgeführt werden).

Das Curriculum kann auch von Konsulenten und Ausbildern genutzt werden – als zusätzliches Know-how für die Arbeit mit Unternehmerinnen als Zielgruppe.

EMPFOHLENE ZIELGRUPPE, UMFANG UND ART DER UMSETZUNG

Zielgruppe für die Umsetzung des Programms sind Digitalisierungsexperten (Freiberufler, Unternehmer, Organisationen, Studenten (die durch die Nutzung dieses Curriculums ausgebildet werden können und auf diese Weise echte praktische Erfahrungen sammeln können, indem sie Unternehmerinnen unter der Aufsicht ihrer Professoren helfen), - während Endbegünstigte Unternehmerinnen sind, deren Unternehmen mit Schwierigkeiten konfrontiert sind.

Die Überprüfung der bestehenden spezialisierten Beratungs- und Schulungsdienstleistungen für die Digitalisierung des Unternehmens in allen 7 Partnerländern bietet eine starke Unterstützung für folgende Empfehlungen bei der Umsetzung des **Programms**:

- Teilnehmergruppen sollten bei Schulungen für Digitalisierungsexperten bei ca. 12 Teilnehmern liegen und bei Schulungen für Unternehmerinnen nicht größer als 20 Teilnehmer sein (aufgrund eines schrittweisen Ansatzes)
- Die Dynamik der Umsetzung des Programms wird von den verfügbaren Ressourcen für seine Umsetzung abhängen, aber es wird vorgeschlagen, die Trainings auf der Grundlage dieses Curriculums mehrmals im Jahr durchzuführen.

LERNERGEBNISSE DES PROGRAMMS

Nach Abschluss des auf diesem Curriculum basierenden Programms werden die Experten die Umstände und Bedürfnisse von Unternehmerinnen mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten verstehen und ihre Dienstleistungen an diese Rahmenbedingungen anpassen. Sie werden auch in der Lage sein, die Methoden und Instrumente, die sie verwenden, an die spezifischen Bedürfnisse von Unternehmerinnen anzupassen. Sie werden Kenntnisse und Fähigkeiten im Hinblick auf die Ermittlung des praktischen Bedarfs an Digitalisierung in Kleinstunternehmen erwerben.

Nach Abschluss des Programms werden Digitalisierungsexperten wissen:

- Herausforderungen und spezifischen Bedürfnisse von Unternehmerinnen, die mit unternehmerischen Schwierigkeiten konfrontiert sind
- angemessene Methoden zur Wissensvermittlung an Unternehmerinnen mit unternehmerischen Schwierigkeiten als Zielgruppe
- Motivationstechniken, um Unternehmerinnen zu motivieren, ihre Ziele zu erreichen
- geeignete Maßnahmen im Bereich der Digitalisierung, die Unternehmerinnen (unter schwierigen Umständen) anwenden können, um ihren Geschäftserfolg zu verbessern.

Allgemeine Kompetenzen, Kenntnisse und Fähigkeiten nach Abschluss des Programms:

- Fähigkeit, Wissen in praktischen Situationen zu nutzen
- Fähigkeit, pädagogische Lehrmethoden auf Unternehmerinnen als Zielgruppe anzuwenden
- Verständnis der Besonderheiten von Geschäftsmodellen und Managementansätzen, die typisch für frauengeführte Kleinst- und Kleinunternehmen sind
- Verwendung von Online-Tools und -Methoden für Schulungszwecke sowie um zu wissen, wie man verschiedene Methoden während des Online-Trainings anwenden kann, wie Gamification-Techniken, Hackathon, etc.
- Entwicklung pädagogischer Fähigkeiten und Fähigkeit, mit Menschen mit niedrigem IT-Kenntnisseniveau zu arbeiten.

Spezifische Kompetenzen, Kenntnisse und Fähigkeiten nach Abschluss des Programms:

- Experten können Schulungen anbieten, wie Sie eine Geschäftsidee über Internetressourcen finden können.
- Experten können Schulungen zur Erstellung von Businessplänen für Digitalisierungsprojekte anbieten
- Experten werden in der Lage sein, Schulungen zur Entwicklung, Platzierung, Analyse und Förderung von Websites in Abwesenheit (oder Verfügbarkeit eines Mindest-)Budgets für diese Aktivitäten anzubieten.
- Experten können Schulungen im Social-Media-Marketing für Unternehmer anbieten
- Experten beherrschen die Grundlagen der Website-Entwicklung und -Analyse
- Möglichkeit, eine Website in Suchmaschinen in Abwesenheit (oder Verfügbarkeit eines Mindestbudgets) für diese Art von Aktivität zu bewerben
- Fähigkeit, eine Social-Media-Promotion-Strategie für Kleinst-/Kleinunternehmen zu entwickeln.

LEHRMETHODEN UND WERKZEUGE

Um die Fähigkeit von Digitalisierungsexperten zu erhöhen, ihr Wissen effektiv an Unternehmerinnen in Schwierigkeiten weiterzugeben, ist es wichtig, eine spezifische Pädagogik im Unterricht von Erwachsenen anzupassen und anzuwenden. Die am besten geeigneten Lehrmethoden und -instrumente für die Umsetzung dieses Curriculums sind die folgenden:

- Face-to-Face-Schulungen
- studentischer Ansatz
- personalisiertes Lernen
- Demonstrationen spezifischer Lösungen, Entwicklung von Einzel- und Teamprojekten
- Nutzung von Online-Plattformen und -Tools
- Vorabaufzeichnung von Vorträgen und online verfügbar zu machen
- ein vollständiger Lernkreis
- Einsatz von Gamification-Techniken, die Lernen mit sozialen Aktivitäten kombinieren, um kreative Aufgaben zu lösen
- Verwendung des Hackathon-Formats für Interaktion und Ideengenerierung
- digitale Lösungen für die Umsetzung virtueller Lernaktivitäten
- Online-Gruppenseminare zu theoretischen Themen
- Fallstudien und Good-Practices-Analysen
- interaktive Elemente.

EVALUATION DER PROGRAMMTEILNEHMER

Die geeigneten Methoden zur Bewertung der Kompetenzen von Digitalisierungsexperten - Teilnehmer des Programms auf Basis dieses Curriculums sind die folgenden:

- Online-Evaluierungsfragebögen nach Abschluss der einzelnen Module und am Ende der gesamten Schulung

- Abschlussprüfung - Anwendung von Kenntnissen über im Rahmen einer Fallstudie - Vorbereitung der Präsentation und mündliche Prüfung für weitere Erläuterungen.

Darüber hinaus enthält jedes Modul in seiner Beschreibung die geeignete Methode der Bewertung der Teilnehmer.

CURRICULUM-INHALTE

Das Curriculum besteht aus **4 obligatorischen** Modulen, von denen jedes 12 Unterrichtsstunden dauert. Neben den obligatorischen Modulen können die Teilnehmer mindestens **4 weitere Wahlmodule wählen**, die aus der Liste der **10 thematischen** Module (im Zusammenhang mit Digitalisierung, Small Business Management und Women Entrepreneurship) und **3 pädagogischen Kompetenzentwicklungsmodulen** ausgewählt werden können, die jeweils 8 Unterrichtsstunden dauern.

Die thematischen Module sind so strukturiert, daß der Inhalt der Module Wissen vermittelt, das direkt für die Arbeit mit Unternehmerinnen genutzt werden kann und als "Toolkit für die Digitalisierung von frauengeführten Kleinunternehmen" dient.

Liste der von DIGI-WOMEN Partnerorganisationen entwickelten Pflicht- und Wahlmodule

	OBLIGATORISCHE MODULE	WAHLMODULE
	Digitalisierung als Instrument zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit	
	Die am häufigsten verwendeten digitalen Instrumente in der Praxis von KMU	
	BMC – Business Model Canvas	
	KMU Management und Marketing	
THEMATISCHE MODULE		Projektmanagement, Zeitplanung und Work-Life-Balance
		Unternehmertum von Frauen
		Cyber-Sicherheit für E-Commerce
		Informations- und Datenkompetenz
		Geschäftsverhandlungen
		Wie die Digitalisierung helfen kann, mehr / neue Kunden zu finden
		Innovationsprozess - Generieren und Bewerten von Geschäftsideen
		Entwicklung, Einsatz, Analyse und Promotion der Website
		Social Media Marketing (SMM) & Praktische Nutzung von sozialen Netzwerken für geschäftliche Zwecke
ENTWICKLUNG PÄDAGOGISCHER KOMPETENZEN		Erfolgreiche Gestaltung von Online-Schulungen
		Entwicklung von „soft skills“ für Digitalisierungsexperten
		Wirksame Methoden zur Vermittlung von Wissen an Unternehmerinnen

LEHRPLAN-MODULE

Titel des Moduls	Digitalisierung als Instrument zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	<ul style="list-style-type: none"> - Umfassende Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich des Unternehmertums von Frauen und der Digitalisierung; - Fähigkeiten in der Anwendung von Lehrmethoden und -techniken, um einen attraktiven und praxisorientierten Lernprozess zu erreichen, der den Besonderheiten von Erwachsenen als Lernende entspricht; - Mindestens drei Jahre Lehr- und/oder Beratungserfahrung, vorzugsweise im Unternehmertum und/oder in der Unternehmensführung, oder zwei Jahre Erfahrung in einer Position mit großer Verantwortung für das Management. 			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	12 Stunden			
Ziel des Moduls				
Ziel des Moduls ist es, Digitalisierungsexperten nützliches Wissen über die Probleme zu vermitteln, mit denen Unternehmerinnen am häufigsten bei der Unternehmensführung konfrontiert sind, und über die möglichen Lösungen, die durch die verfügbaren digitalen Tools bereitgestellt werden.				
Inhalt des Moduls				
Geschäftsmodellanalyse <ul style="list-style-type: none"> - Aufbau von Wettbewerbsvorteilen und Schlüsselkompetenzen; Wert der angebotenen Waren und Dienstleistungen und Wertversprechen; Zielgruppen der Kunden; Vertriebskanäle; Kundenbeziehungen; Teilnahme an Netzwerken; Kostenstruktur; Umsatzmodell. Digitale Problemlösungstools: <ul style="list-style-type: none"> - Organische Tools für Social Media, E-Mail Marketing, Umleitung anzeigen, Programmwerbung, Video-Hosting, Erstellen von Inhalten, Website-Analyse, Kundenservice, Suchmaschinenoptimierung, Affiliate-Marketing. 				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Other

Erwartungen der Modulteilnehmer				
<ul style="list-style-type: none"> - Erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten zur Identifizierung von Problemen im Geschäftsmodell des Unternehmens, das mit Hilfe digitaler Tools lösbar ist; - Erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten für die Auswahl spezifischer Arten digitaler Tools zur Lösung spezifischer Geschäftsprobleme; - Erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten zur Vorbereitung eines Planprogramms für die schrittweise Implementierung und effektive Nutzung digitaler Tools. 				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Project	Presentation
Literatur				
<p>Zott, C., & Amit, R. (2007). Business model design and the performance of entrepreneurial firms. <i>Organization Science</i>, 18(2), 181–199. doi:10.1287/orsc.1060.0232</p> <p>Garden, G. (2014). Shopping for a cause: The hybrid business model.</p> <p>Mahadevan, B. (2000). Business models for internet-based e-commerce: An anatomy. <i>California Management Review</i>, 42(4), 55–69. doi:10.2307/41166053</p>				

Titel des Moduls	Die am häufigsten verwendeten digitalen Instrumente in der Praxis von KMU			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefte Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich der Digitalisierung kleiner Unternehmen, zum Inhalt der Ausbildungsthemen; - Fähigkeiten in der Anwendung von Lehrmethoden und -techniken, um einen attraktiven und praxisorientierten Lernprozess zu erreichen, der den Besonderheiten von Erwachsenen als Lernende entspricht; - Mindestens drei Jahre Lehr- und/oder Beratungserfahrung, vorzugsweise in der Unternehmensdigitalisierung und/oder im Small Business Marketing, oder zwei Jahre Erfahrung in einer Position mit großer Verantwortung für digitales Marketing. 			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	12 Stunden			
Ziel des Moduls				
Ziel des Moduls ist es, praktisches Wissen über die am häufigsten verwendeten digitalen Tools zu vermitteln und Fähigkeiten für ihre effektive Arbeit mit Unternehmerinnen zu entwickeln.				
Inhalt des Moduls				
<p>Marketing Research Tools, Marketing Analytics Tools, Social Media Marketing Tools, Content Marketing Tools, Email Marketing Tools, Ecommerce Marketing Tools, Marketing Automation Tools, Marketing Reporting Tools, Digital Advertising Tools, Social Media Analytics Tools, Video Editing & Creation Software, Survey Tools, Influencer Marketing Platforms, Referral & Affiliate Marketing Tools, Usability A/B Testing & User Experience Tools</p> <p>For Starting Up: Trello, Hootsuite, KISSmetrics, Followerwonk, All in One SEO Pack, BuzzSumo, Crazy Egg, UberSuggest, CoFoundersLab, OmniFocus.</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Other _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
<ul style="list-style-type: none"> - Erwerb von Kenntnissen über grundlegende digitale Tools und Fähigkeit, den entsprechenden Satz von Tools in einem bestimmten Geschäftskontext und entsprechend den Bedürfnissen und Einschränkungen des Unternehmens auszuwählen 				

- Fähigkeiten zur Verwendung spezifischer Tools für bestimmte Aufgaben

Bewertung der Modulteilnehmer

Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Project	Presentation
---	-------	-------------------	---------	---------------------

Literatur

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital marketing: strategy, implementation and practice, 6th ed.

Nikunen, T., Saarela, M., Oikarinen, E. L., Muhos, M., & Isohella, L. (2017). Micro-Enterprise's Digital Marketing Tools for Building Customer Relationships. *Management* (18544223), 12(2).

Lockett, O., & Casey, M. (2016). *The Social Organism: A Radical Understanding of Social Media to Transform Your Business and Life*. Hachette UK.

Patten, D. (2001). *Successful marketing for the small business*. Kogan Page Publishers.

Titel des Moduls	BMC – Business Model Canvas			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Unternehmensberater – Marketingexperte			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	12 Stunden			
Ziel des Moduls				
Erwerb von Wissen über die Struktur und Anwendung des Business Model Canvas-Tools bei der Analyse der Marktpositionierung von frauengeführten Unternehmen.				
Inhalt des Moduls				
<p>Das Geschäftsmodell einer Organisation mit dem BMC-Tool kann mit 9 Grundelementen beschrieben werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kundensegmente - Value Proposition, der Wert der für jedes Segment angebotenen Produkte oder Dienstleistungen; - Kanäle zur Erreichbarkeit des Kunden; - Kundenbeziehungen; - Umsatzströme, die generierten Einnahmen; - Schlüsselressourcen des Unternehmens; - Schlüsselaktivitäten, um das Geschäftsmodell wirksam zu machen; - Schlüsselpartner, mit denen sich das Unternehmen zu verbünden gedenkt, um Mehrwert für den Kunden zu schaffen; - Kostenstruktur für Ressourcen, Aktivitäten und wichtige Partner. <p>Identifizierung kritischer Faktoren des Geschäftserfolgs, die die Grundlage für die Entwicklung einer digitalen Strategie werden können; sich auf das zu konzentrieren, was für das Unternehmen wirklich unverwechselbar ist.</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Other _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
Mit dem Business Model Canvas-Tool können Sie das Geschäftsmodell eines Unternehmens identifizieren und beschreiben.				

Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Project	Presentation
Literatur				
<p>Osterwald, A., Pigneur, Y. (2010) <i>Business Model Generation</i>, John Wiley & Sons, Inc.</p> <p>Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. <i>Organization & Environment</i>, 29(2), 156-174.</p> <p>Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., & Llorca Mestre, A. (2018). Factors affecting entrepreneurship and business sustainability. <i>Sustainability</i>, 10(2), 452.</p>				

Titel des Moduls	Management und Marketing von KMU			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Erfahrung mit KMU und EPU Management-und/oder Marketingexperte			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	12 Stunden			
Ziel des Moduls				
Ziel dieses Moduls ist es, den Digitalexperten zu helfen und zu verstehen, wie eine Business-Marketing-Strategie gestaltet werden kann um Unternehmerinnen dabei zu helfen, einen kundenorientierten Ansatz für Geschäftsmöglichkeiten zu entwickeln.				
Inhalt des Moduls				
Komparative Merkmale zwischen KMU und Großunternehmen (LSE). Besonderheiten des Managements und Marketings von KMU Strategisches Management in KMU Marketingmanagement in KMU Marketing-Mix und Marketingplan Aktuelle Marketing-Innovationen – neueste Trends Lage, Außen- und Innenbereich. E-Commerce Qualitätsmanagement und operativer Prozess in KMU. Verwaltung von Vorräten in KMU Management des Informationsflusses in KMU Personalmanagement in KMU Finanzmanagement in KMU.				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Other _____
Erwartungen der Moduleilnehmer				
Nach Abschluss dieses Moduls werden digitale Experten Grundkenntnisse in Marketing und Betriebswirtschaft erwerben, damit sie die Ziele einer Geschäftsfrau besser verstehen können, die Aussichten für das Geschäftswachstum, die digitalen Tools anzupassen, die jede Frau entsprechend nutzen könnte.				

Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Project	Presentation
Literatur				
<p>Scarborough, N. M. (2016). <i>Essentials of entrepreneurship and small business management</i>. Pearson.</p> <p>Burns, P., & Dewhurst, J. (Eds.). (2016). <i>Small business and entrepreneurship</i>. Macmillan International Higher Education.</p>				

Titel des Moduls	Projektmanagement, Zeitplanung und Work-Life-Balance	
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Projektmanagement-Experte	
	Obligatorisch	Wahlfach
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden	
Ziel des Moduls		
<p>Ziel des Moduls ist es, Kenntnisse über die Phasen des Projektmanagements zu gewinnen, die ein effizientes Zeitmanagement ermöglichen und Planung, Überwachung und Steuerung aller Projektaktivitäten ermöglichen. Die Teilnehmer werden lernen, wie sie Projektmanagement-Ansätze umsetzen und finden Gleichgewicht in ihrem täglichen Business Leben.</p>		
Inhalt des Moduls		
<p>Die sieben Hauptprozesse im Projekt- / Zeitmanagement:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Planen der Zeitplanverwaltung</i>: Viele Ressourcen erwähnen diesen Prozess nicht, wenn die Zeitverwaltung diskutiert wird. Bevor Sie jedoch die anderen Schritte ausführen können, müssen Sie planen, wie Sie Ihren Zeitplan verwalten. 2. <i>Aktivitäten definieren</i>: Sobald Sie über Ihren Zeitmanagementplan verfügen, können Sie Ihre Projektaktivitäten identifizieren und definieren. Häufig wird eine Arbeitsstruktur (PSP) verwendet, um Aktivitäten und Vorgänge innerhalb eines Projekts zu definieren. Wichtige Meilensteine sollten ebenfalls festgelegt werden. 3. <i>Sequenzaktivitäten</i>: Nachdem Sie nun alle Aufgaben kennen, die abgeschlossen werden müssen, können Sie mit der Sequenzierung in der richtigen Reihenfolge mit einem Netzwerkdiagramm beginnen. 4. <i>Ressourcen schätzen</i>: Im Projektmanagement bezieht sich der Begriff "Ressourcen" häufig auf Personen. Sie müssen jedoch auch ermitteln, welche Tools, Materialien, Systeme, Budgets und andere Ressourcen für den Abschluss der einzelnen Aufgaben erforderlich sind. 5. <i>Dauer schätzen</i>: Sobald Sie wissen, welche Aufgaben abgeschlossen werden müssen und was Sie für deren Durchführung benötigen, ist es an der Zeit abzuschätzen, wie lange es dauert, bis jede Aktivität abgeschlossen ist. Einige Projektmanager verwenden PERT (Program Evaluation Review Technique), um ihre Dauer zu entwickeln, vor allem, wenn viele unbekannte Faktoren im Spiel sind. 6. <i>Projektzeitplan entwickeln</i>: Dies kann durch Eingabe Ihrer Aktivitäten, Dauern, Start- und Enddaten, Sequenzierung und Beziehungen in eine Planungssoftware erfolgen. 7. <i>Steuern Sie den Zeitplan</i>: Sobald Ihr Zeitplan erstellt wurde, muss er überwacht und gesteuert werden. Der Fortschritt muss regelmäßig überprüft und aktualisiert werden, damit Sie Ihre tatsächliche Arbeit mit dem Plan vergleichen können. Auf diese Weise können Sie sehen, ob es Bereiche gibt, in denen Sie hinter den Zeitplan zurückfallen. <p>Das Modul umfasst außerdem:</p>		

<ul style="list-style-type: none"> - Analyse des Geschäftsalltags der Teilnehmer und Identifizierung von Herausforderungen, die mit gutem Zeitmanagement gelöst/verbessert werden könnten - Einführung von Apps/digitalen Tools für das Projekt- und Zeitmanagement. 				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Other
Erwartungen der Modulteilnehmer				
<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse über die Umsetzung von Projektmanagementprinzipien - Erfahren Sie mehr über kostenlose Tools für das Projekt-/Zeitmanagement und verbessern Sie das Projektmanagement und die Zeitplanung im eigenen Unternehmen. 				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Project	Presentation
Literatur				
<p>Pelland, A. (2020) <i>How to Keep a Work-Life Balance: Don't Neglect Your Physical and Mental Well-Being</i>. Independently published</p> <p>Rajahonka, M., & Villman, K. (2019). Women managers and entrepreneurs and digitalization: on the verge of a new era or a nervous breakdown?. <i>Technology Innovation Management Review</i>, 9(6).</p> <p>Kerzner, H. (2017). <i>Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling</i>. John Wiley & Sons.</p>				

Titel des Moduls	Unternehmertum von Frauen			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	<ul style="list-style-type: none"> - Umfassende Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich des Unternehmertums von Frauen; - Fähigkeiten in der Anwendung von Lehrmethoden und -techniken, um einen attraktiven und praxisorientierten Lernprozess zu erreichen, der den Besonderheiten von Erwachsenen als Lernende entspricht; - Mindestens drei Jahre Lehr- und/oder Beratungserfahrung, vorzugsweise im Unternehmertum und/oder in der Unternehmensführung, oder zwei Jahre Erfahrung in einer Position mit großer Verantwortung für das Management. 			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Ziel des Moduls ist es, tiefere Kenntnisse über die typischen Merkmale von frauengeführten Unternehmen zu gewinnen.				
Inhalt des Moduls				
<p>Spezifische Motivation von Frauen für unternehmerische Tätigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unzufriedenheit mit Karrierechancen in großen Organisationen - Wunsch nach ausgewogener Beschäftigung und Heimat - Wunsch, Ihre eigene Geschäftsidee zu verwirklichen <p>Bevorzugte wirtschaftliche Tätigkeiten von Frauen und spezifische Anforderungen an unternehmerische und managementkompetenzen</p> <p>Bewertung des Bedarfs an unternehmerischen und Managementkompetenzen bei Unternehmerinnen</p> <p>Effektive Ansätze in der Aus- und Weiterbildung von Unternehmerinnen.</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Other _____

Erwartungen der Modulteilnehmer				
<ul style="list-style-type: none"> - Gutes Verständnis der Eigenschaften von Frauen als Unternehmerinnen und Führungskräfte - Fähigkeiten zur Bewertung des Bedarfs an Verbesserung der unternehmerischen Fähigkeiten und Der Führungsqualitäten von Unternehmerinnen - Fähigkeiten zur Anpassung des Lehransatzes bei der Aus- und Weiterbildung von Unternehmerinnen. 				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Project	Presentation
Literatur				
<p>Todorov, K. & Degadt, J. (eds.) (2019). <i>Youth and Women Entrepreneurship in Challenging International (Global) Business Environment</i>. Proceedings of the Ninth International Conference, 11–14 June 2018, Lighthouse Golf and SPA Resort, Black Sea, Bulgaria. Sofia: BAMDE.</p> <p>Cohoon, J. M., Wadhwa, V., & Mitchell, L. (2010). <i>Are successful women entrepreneurs different from men?</i>. Available at SSRN 1604653.</p> <p>García, M. C. D., & Welter, F. (2013). Gender identities and practices: Interpreting women entrepreneurs' narratives. <i>International Small Business Journal</i>, 31(4), 384-404.</p> <p>Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. <i>Journal of small business and enterprise development</i>. 20(1), 125-142.</p>				

Titel des Moduls	Cyber-Sicherheit für E-Commerce			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Rechts- und/oder IT-Experte			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Entwicklung ausreichender Kenntnisse und Fähigkeiten zur Cybersicherheit für den elektronischen Geschäftsverkehr, was für den Erfolg eines Unternehmens im digitalen Umfeld von entscheidender Bedeutung ist.				
Inhalt des Moduls				
<p>Die Konzepte Compliance und Cyber Security</p> <p>Die größten Sicherheitsbedrohungen für den E-Commerce: Phishing, "böartige Software", SQL-Injektion, Cross-Site Scripting (XSS), E-Skimming</p> <p>Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in der Europäischen Union</p> <p>Sicherheit personenbezogener Daten und personenbezogener Daten im elektronischen Geschäftsverkehr</p> <p>Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS)</p> <p>Transport Layer Security (TLS), Secure Sockets Layer (SSL) und HTTPS-Authentifizierung</p> <p>Multi-Factor Authentication (MFA), 2-Faktor-Authentifizierung (2FA) oder 2-stufige Überprüfung</p> <p>Distributed Denial of Service (DDoS)</p> <p>Malware und Ransomware</p> <p>Bewährte Methoden für e-Commerce-Sicherheit.</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
<p>Am Ende des Moduls werden seine Teilnehmer (Digitalisierungsexperten) in der Lage sein, Unternehmerinnen zu helfen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Sicherheitsüberwachung und -wartung für ihr Unternehmen zu implementieren; - ihren Kunden ein Einkaufserlebnis zu bieten, dem sie vertrauen können. 				

Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
Literatur				
<p>1. Barillon Th., Robles A. 2020. How growing businesses could tackle cybersecurity challenges. <i>SecurityIntelligence</i>. Available at https://securityintelligence.com/posts/growing-business-tackle-cybersecurity-challenges/.</p> <p>2. Big.commerce. 2021. <i>What You Need to Know About Securing Your Ecommerce Site Against Cyber Threats</i>. Available at https://www.bigcommerce.com/blog/ecommerce-website-security/#what-is-ecommerce-security.</p> <p>3. Federal Communications Commission. 2021. Cybersecurity for small businesses. <i>Communications Business Opportunities</i>. Available at https://www.fcc.gov/general/cybersecurity-small-business.</p> <p>4. GDPR.EU. 2021. <i>What is GDPR, the EU's New Data Protection Law?</i> Available at https://gdpr.eu/what-is-gdpr/?cn-reloaded=1.</p> <p>5. Kaspersky.com. 2021. <i>Small Business Cyber Security Tips: Understanding the Basics</i>. Available at https://www.kaspersky.com/resource-center/preemptive-safety/small-business-cyber-security.</p> <p>6. SoCyber. 2020. <i>Cybersecurity for E-commerce</i>. Available at https://so-cyber.com/cyber-security-for-e-commerce/.</p> <p>7. U.S. Small Business Administration. 2021. <i>Stay Safe from Cybersecurity Threats</i>. Available at https://www.sba.gov/business-guide/manage-your-business/stay-safe-cybersecurity-threats.</p>				

Titel des Moduls	Informations- und Datenkompetenz			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	IT-, Statistik- und Kommunikationsexperte			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Das Modul wird es den Teilnehmern 1) ermöglichen, Genauigkeit, Relevanz und Vollständigkeit der Daten zu bestimmen; 2) zwischen Tatsachen, Standpunkten und Meinungen zu unterscheiden; 3) unrichtige und irreführende Informationen zu identifizieren; 4) Daten auszuwählen, die dem Problem oder der jeweiligen Frage angemessen sind.				
Inhalt des Moduls				
<p>Normen für Informationskompetenz;</p> <p>Lesen, Interpretieren und Auswerten von Informationen;</p> <p>Management Information Systems (MIS);</p> <p>Tools für den Zugriff, die Konvertierung und die Bearbeitung von Daten;</p> <p>Auswertung der Datenquellen;</p> <p>Analyse, Interpretation und Auswertung von Statistiken;</p> <p>Übermittlung von Ergebnissen, Schlussfolgerungen und Empfehlungen;</p> <p>Eine kritische Denkperspektive;</p> <p>Bewertung der Datenkompetenz von Einzelpersonen – Selbsteinschätzung.</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
<p>Am Ende des Moduls werden die Teilnehmer (Digitalisierungsexperten) in der Lage sein, Unternehmerinnen auszubilden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die in der Lage sind, Informationen kritisch und kompetent zu bewerten; - strukturierte Abfragesprache (SQL), relationale Datenbanken (z. B. MS Access), Datenmanipulationstechniken, statistische Software (z. B. SPSS, STATA, Minitab und MS 				

Excel) und Datenpräsentationssoftware (z. B. MS Excel und MS PowerPoint) zu verstehen.				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
Literatur				
<p>1. Bhargava R., Deahl E., Letouzé E., Noonan A., Sangokoya D., Shoup N. 2015. Beyond data literacy: reinventing community engagement and empowerment in the age of data. <i>Data-Pop Alliance</i>. Available at https://datapopalliance.org/item/beyond-data-literacy-reinventing-community-engagement-and-empowerment-in-the-age-of-data/.</p> <p>2. Bonikowska A., Sanmartin C., Frenette M. 2019. Data literacy: what it is and how to measure it in the public service. <i>Analytical Studies: Methods and References</i>, Catalogue no. 11-633-X — No. 02. Available at https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/pub/11-633-x/11-633-x2019003-eng.pdf?st=OkHP5FhR.</p> <p>3. Bryla M. 2018. <i>Data Literacy: A Critical Skill for the 21st Century</i>. Available at https://www.tableau.com/about/blog/2018/9/data-literacy-critical-skill-21st-century-94221.</p> <p>4. Means B., Chen E., DeBarger A., Padilla C. (2011) <i>Teachers' Ability to Use Data to Inform Instruction: Challenges and Supports</i>. Washington, D.C.: Office of Planning, Evaluation and Policy Development, U.S. Department of Education.</p> <p>5. Ridsdale C., Rothwell J., Smit M., Ali-Hassan H., Bliemel M., Irvine D., Kelley D., Matwin S., Wuetherick B. 2015. <i>Strategies and Best Practices for Data Literacy Education: Knowledge Synthesis Report</i>. Available at https://dalspace.library.dal.ca/xmlui/handle/10222/64578.</p> <p>6. Schield M. 2004. Information literacy, statistical literacy, and data literacy. <i>IASSIST quarterly / International Association for Social Science Information Service and Technology</i>, 28(2): 7-14. Doi: https://doi.org/10.29173/iq790</p> <p>7. Sperry J. 2018. Data literacy: exploring economic data. <i>2018 Economic Programs Webinar Series</i>. U.S. Census Bureau.</p> <p>8. Qlik. 2021. <i>What is Data Literacy, and Why Does It Matter for Your Organization?</i> Available at https://www.qlik.com/us/bi/data-literacy.</p>				

Titel des Moduls	Geschäftsverhandlungen			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Business Negotiation Trainer und Experte			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Vertiefung des Wissens über den Geschäftsverhandlungsprozess, seine Strategien und Techniken, mit Schwerpunkt auf Veränderungen im Geschäftsverhandlungsprozess im Zeitalter der Digitalisierung.				
Inhalt des Moduls				
<p>Der Prozess der Geschäftsverhandlung</p> <p>Verhandlungen im digitalisierten Zeitalter</p> <p>Ethische Bedenken bei Geschäftsverhandlungen</p> <p>Verhandlungsvorbereitungsstrategien</p> <p>Business-Verhandlungslösungen</p> <p>Verhandlungstaktik für die Verwaltung von Beziehungen</p> <p>Techniken zur Vermeidung gängiger Fallstricke bei Geschäftsverhandlungen</p> <p>Verkaufsverhandlungstechniken</p> <p>Der Online-Verhandlungsprozess</p> <p>Beispiele für Geschäftsverhandlungen</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
<p>Am Ende des Moduls werden die Teilnehmer (Digitalisierungsexperten) Unternehmerinnen ausbilden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - erfolgreiche Geschäftsverhandlungen führen können; - die Techniken zur erfolgreichen Verhandlungsführung kennen; - Verhandlungen mit digitalen Werkzeugen durchführen zu können. 				

Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
Literatur				
<p>1. Ames D., Parlamis J. 2010. <i>Face-to-Face and Email Negotiations: A Comparison of Emotions, Perceptions and Outcomes</i>. Available at https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1612871.</p> <p>2. Brett J. 2007. <i>Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Cultural Boundaries</i>. Available at https://zodml.org/sites/default/files/Negotiating_Globally_How_to_Negotiate_Deals%2C_Resolve_Disputes%2C_and_Make_Decisions_Across_Cultural_Boundaries_%28Jossey-Bass_Business_%26_Management%29.pdf.</p> <p>3. Craver C.B. 2015. <i>How to Conduct Effective Telephone and E-Mail Negotiations</i>. Available at https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2670011.</p> <p>4. Ebner N. 2010. <i>Trust-Building in E-Negotiation</i>. Available at https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1722065.</p> <p>5. Harroch R. 2017. <i>15 Tactics for Successful Business Negotiations</i>. Available at www.forbes.com/sites/allbusiness/2016/09/16/15-tactics-for-successful-business-negotiations/#5778f0f42528.</p> <p>6. Harvard Law School. 2018. <i>Elegant solutions in business negotiations. Program on Negotiation</i>. Available at https://www.pon.harvard.edu/daily/business-negotiations/elegant-solutions/.</p> <p>7. Stein G., Mehta K. 2020. <i>Negotiating in a Digitalised Era</i>. Available at https://www.europeanbusinessreview.com/negotiating-in-a-digitalised-era/.</p> <p>8. World of Learning. 2021. <i>The Digital Age of negotiation</i>. Available at https://www.learnevents.com/blog/2019/07/18/the-digital-age-of-negotiation/.</p>				

Titel des Moduls	Wie die Digitalisierung helfen kann, mehr / neue Kunden zu finden			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Webanalyst, SEO-Experte, Online-Marketing-Experte			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
<p>Ein klares Bild der Zielgruppe des Unternehmens</p> <p>Kennenlernen der Nutzung von Online-Kanälen für (neue) Kunden</p> <p>Kenntnisse über Budgetierung für eine kleine Online-Kampagne</p>				
Inhalt des Moduls				
<p>Darstellung der Persona (Avatar für Zielgruppe)</p> <p>SEO-Check der Website</p> <p>Best-Practice-Beispiele für Online-Marketing-Kampagnen</p> <p>Erstellen eines Meilensteinplans für eine eigene Online-Marketingkampagne</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
<ul style="list-style-type: none"> - Informationen zur Zielgruppe - Online-Touchpoints der Zielgruppe finden - Inspiration für Marketingkampagne und technische Beratung - Ein klares Bild davon, was sie selbst tun und was sie an Experten delegieren müssen 				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation

Literatur

Holder S.; 2021; Starting an Online Business and Internet marketing: Guide to Setting up an e Commerce Website, SEO and Digital Marketing Strategies

Wright Alex; 2020; Every word counts - The easy way to find more customers Online

Belew Shannon / Elad Joel; 2020; Starting an Online Business All-in-One for Dummies

Rodríguez, R., Svensson, G., & Mehl, E. J. (2020). Digitalization process of complex B2B sales processes—Enablers and obstacles. *Technology in society*, 62, 101324.

Lindh, C., Rovira Nordman, E., Melén Hånell, S., Safari, A., & Hadjikhani, A. (2020). Digitalization and international online sales: Antecedents of purchase intent. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(4), 324-335.

Shpak, N., Kuzmin, O., Dvulit, Z., Onysenko, T., & Sroka, W. (2020). Digitalization of the marketing activities of enterprises: Case study. *Information*, 11(2), 109.

Vadana, I. I., Torkkeli, L., Kuivalainen, O., & Saarenketo, S. (2019). Digitalization of companies in international entrepreneurship and marketing. *International Marketing Review*.

Titel des Moduls	Innovationsprozess – Generieren und Bewerten neuer Geschäftsideen			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	<ul style="list-style-type: none"> - Erfahrung in der Durchführung von Schulungen für Unternehmer. - Um die folgenden Lehrmittel zu meistern: Präsentationen durchführen, Teilnehmerpräsentationen organisieren, Minigruppenarbeit organisieren und die Arbeit der Teilnehmer im Internet und in mobilen Anwendungen verwalten. - Analytische Fähigkeiten zu besitzen, z. B. eine SWOT-Analyse verschiedener Ideen durchzuführen. - Der Ausbilder muss wissen, wie ein Businessplan entwickelt wird, muss die Besonderheiten der Erstellung eines Marketingplans, eines Produktionsplans, eines Organisationsplans und -managements, eines Finanzplans und einer Risikoanalyse kennen. 			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Digitalisierungsexperten über den Ideengenerierungsprozess zu unterrichten.				
Inhalt des Moduls				
<p>1. Suche nach unternehmerischen Möglichkeiten und Generierung entsprechender Geschäftsideen</p> <p>Die Schulungsteilnehmer lernen die Möglichkeiten kennen, unternehmerische Möglichkeiten zu suchen und Ideen für ein vielversprechendes Unternehmen im Internet zu generieren.</p> <p>2. Rechtfertigung einer Geschäftsidee. Geschäftsplan. Marketingplan</p> <p>Die Schulungsteilnehmer lernen die Struktur des Businessplans kennen. Jeder Teilnehmer wird einen Marketingplan für das Projekt schreiben.</p> <p>3. Produktionsplan, Organisationsplan und Management.</p> <p>4. Finanzplan</p> <p>5. Präsentationen von Projekten durch Teilnehmer</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere

Erwartungen der Modulteilnehmer				
<p>Am Ende des Moduls werden seine Teilnehmer (Digitalisierungsexperten) in der Lage sein, Unternehmerinnen auszubilden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung von Ideen und Anwendung von Technologien zur Verbesserung von Waren und Dienstleistungen oder zur Effizienteren Produktion; - sich bewusst zu machen, wie digitale Tools Arbeit, Zusammenarbeit und Organisationen verändern. 				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
Literatur				
<ol style="list-style-type: none"> 1. BusinessTown. The 300 Best Small Business Ideas. URL:https://businesstown.com/300-best-small-business-ideas/ 26.01.2021 2. 54 Small Business Ideas for Anyone Who Wants to Run Their Own Business. URL: https://blog.hubspot.com/sales/small-business-ideas 26.01.2021 3. Calculate Stuff. Financial Calculators. URL: https://www.calculatestuff.com/financial 26.01.2021 4. Ford, B. R., Bornstein, J.M., Pruitt, P.T. (2007) The Ernst & Young Business Plan Guide 3th (third) edition, John Wiley & Sons. 8. Marion T.J., Fixson S.K. 2021. The transformation of the innovation process: how digital tools are changing work, collaboration, and organizations in New Product Development. <i>Journal of Product Innovation Management</i>, 38(1): 192-215. 5. Muller C. 2011. <i>Apple's Approach Towards Innovation and Creativity</i>. GRIN. 				

Titel des Moduls	Entwicklung, Einsatz, Analyse und Promotion der Website			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	<ul style="list-style-type: none"> - Lehrkompetenzen besitzen. Um einen Dialog mit dem Publikum führen zu können. Um ein überzeugendes Verständnis der verschiedenen Arten der Entwicklung, Bereitstellung, Analyse und Förderung der Website und ihrer Charakteristiks zu haben. - Beherrschen von Diensten wie Tilda und Google Analytics. 			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	12 Stunden			
Ziel des Moduls				
Das Schulungsprogramm zielt darauf ab, das Wissen von Digitalisierungsexperten mit den Möglichkeiten der Selbstentwicklung, Bereitstellung, Analyse und Förderung von Internetressourcen zu verbessern.				
Inhalt des Moduls				
<p>1. Begründung der Notwendigkeit der Entwicklung, Platzierung, Analyse und Förderung von Internetressourcen.</p> <p>2. Berücksichtigung verschiedener Optionen zur Lösung dieses Problems. Die Teilnehmer des Trainings lernen verschiedene Optionen zur Lösung der Probleme der Entwicklung, Platzierung, Analyse und Förderung ihrer Internet-Ressourcen kennen.</p> <p>3. Entwicklung der Website ohne Programmierkenntnisse (mit Dem Tilda-Konstruktor)</p> <p>4. Platzierung der entwickelten Website im Internet (mit kostenlosem Tilda-Hosting)</p> <p>5. Website Key Indicators Analytics</p> <p>Die Teilnehmer des Trainings erhalten ein allgemeines Verständnis der Analyse von Website-Indikatoren sowie der wichtigsten Analyseparameter im Google Analytics-Tool</p> <p>6. Website-Promotion in Suchmaschinen</p> <p>Die Teilnehmer des Trainings lernen verschiedene Mechanismen der Website-Promotion in Suchmaschinen kennen (Content-Erstellung, Beseitigung von Usability-Fehlern, Werbung, etc.)</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____

Erwartungen der Modulteilnehmer				
<p>Nach dem Training wissen die Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verschiedene Optionen zur Lösung der Probleme der Entwicklung, Platzierung, Analyse und Förderung der Internet-Ressource und Eigenschaften dieser Optionen; - Konzepte des Hostings und Desdomain-Namens, der Algorithmus für die Platzierung einer Ressource im Internet; - die wichtigsten Parameter und Funktionen der Website-Analyse im Google Analytics-Tool; - verschiedene Mechanismen zur Förderung einer Website in Suchmaschinen. 				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
Literatur				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Create beautiful websites without any code on Tilda. URL: https://tilda.cc/?lang=en 2. Wix. URL: https://www.wix.com 3. Wordpress.com. URL: https://wordpress.com 4. Google Analytics. URL: https://analytics.google.com 				

Titel des Moduls	Social Media Marketing (SMM) & Praktische Nutzung sozialer Netzwerke für geschäftliche Zwecke			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	<ul style="list-style-type: none"> - Um Präsentationen zu meistern, Teilnehmerpräsentationen zu organisieren, Minigruppenarbeit zu organisieren und die Arbeit der Teilnehmer im Internet und in mobilen Anwendungen zu verwalten. - Kompetenzen im Social Media Marketing zu haben, ein Experte in der Nutzung von Facebook und Instagram für geschäftliche Bedürfnisse zu sein. 			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Ziel des Moduls ist es, praktische Fähigkeiten zu verbessern, um soziale Netzwerke für effektives Marketingzwecken, insbesondere Facebook und Instagram.				
Inhalt des Moduls				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Erstellen von Geschäftskonten auf Facebook und Instagram 2. SMM-Strategie. Zweck der Erstellung von Social-Media-Konten. KPIs in sozialen Netzwerken 3. Analyse von Wettbewerbern, Zielgruppe, Content-Plan – Auswahl von Zielkundensegmenten und Beschreibung des Kundenprofils; Entwicklung eines Inhaltsplans (thematische Überschriften, Kalenderplan nach Themen, visuelle Darstellung) 4. Gezielte Werbung – Aufbau einer Kampagne. 				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
Kenntnisse über die Funktionalität von sozialen Netzwerken und Fähigkeiten für ihre effektive Nutzung für Marketingzwecke. Während des Trainings lernen die Teilnehmer und machen selbstständig: <ul style="list-style-type: none"> - Eine Seite für ihr Geschäft auf den sozialen Netzwerken Facebook und Instagram. 				

- Entwickeln Sie eine Social-Media-Promotion-Strategie.
- Entwickeln Sie einen Inhaltsplan mit Überschriften und visueller Präsentation für den Monat.
- Bbezahlte gezielte Werbung auf Facebook und Instagram.
- Präsentieren Sie ihre Seiten am Ende des Trainings.

Bewertung der Modulteilnehmer

Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
--	-------	-------------------	---------	--------------

Literatur

Tuten, T. L. (2020). *Social media marketing*. Sage.

Titel des Moduls	Implementierung digitaler Technologien am Beispiel des Bitrix24. CRM-System			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Präsentationen meistern, Teilnehmerpräsentationen zu organisieren, Minigruppenarbeit zu organisieren und die Arbeit der Teilnehmer im Internet und in mobilen Anwendungen zu verwalten. Umfassendes Verständnis der verschiedenen Möglichkeiten der Entwicklung und Analyse von Geschäftsprozessen in Bitrix244.			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Das Modul widmet sich der Lehre, die Fähigkeiten des CRM-Systems für das Unternehmen zu nutzen, das die Effizienz der Prozesse des Unternehmens verbessern, Kunden anziehen und binden, den Umsatz steigern, die Servicequalität verbessern wird.				
Inhalt des Moduls				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Charakteristik des CRM-Systems Die Schulungsteilnehmer lernen die allgemeinen Merkmale des CRM-Systems, seine Struktur und die Aufgabengruppe kennen, die das CRM-System löst. 2. Entwicklung eines Umsetzungsplans Die Schulungsteilnehmer lernen die Kriterien für die Wahl eines CRM-Systems, die primären Ziele und Ziele sowie die Entwicklung eines Implementierungsplans kennen. 3. Struktur und Hauptfunktionen des Bitrix24-Systems Die Teilnehmer des Trainings werden sich mit der Struktur des Bitrix24-Systems, den Hauptfunktionen des Systems, vertraut machen. Sie werden die Merkmale der Einrichtung des Systems und die Möglichkeiten des CRM-Marketings untersuchen. 4. Technologie zum Erstellen und Konfigurieren der Parameter der Geschäftsprozesse des Unternehmens Die Teilnehmer der Schulung lernen die Technologie der Erstellung der Geschäftsprozesse des Unternehmens, die Erstellung und Analyse von analytischen Berichten für jede Transaktion (Verkaufstrichter) kennen. 				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge Theoretical presentations	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort Bitrix24	Individuelle Aufgaben Bitrix24	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere

Erwartungen der Modulteilnehmer				
<p>Die Teilnehmer lernen, wie man die Hauptkomponenten des Bitrix24-Systems für das Unternehmen adaptiert; die Interaktion der wichtigsten Geschäftsprozesse im CRM-System für das Unternehmen anpassen. Alle Teilnehmer werden in der Lage sein, die Arbeit des Unternehmens im Bitrix24-System zu systematisieren. Jeder Teilnehmer wird eine Reihe von Werkzeugen und Funktionen des CRM-Systems nutzen, um sicherzustellen, dass die Arbeit im Unternehmen schnell, komfortabel und effizient durchgeführt wird.</p>				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
Literatur				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Report on the results of the study. Bitrix24 Ukraine. URL: https://www.bitrix24.ua/crmresearch2018/ 2. Bitrix24. URL: https://www.bitrix24.ua/ 				

Titel des Moduls	Erfolgreiche Gestaltung von Online-Schulungen			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Senior Trainer, Experte für Online-Schulungen			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Erwerb von Wissen über die Vorbereitung und Bereitstellung von Online-Schulungen und die Übertragung von Inhalten über ZOOM oder andere Plattformen wie WONDER, MIRO, Teams.				
Inhalt des Moduls				
<p>Lernen über die gesamte Palette von Zoom und andere Werkzeuge und spezielle Anforderungen, um Wissen online zu übertragen</p> <p>Lernen zusätzlicher Tools wie Miro (Visual Collaboration Platform), Doc-Sharing, etc.</p> <p>Onboarding - Wie man Menschen als Online-Trainer vor die Bildschirme holt</p> <p>Erhalten neuer Informationen zum einfachen Freigeben von Dokumenten/wie Sie einen Online-Workshop organisieren</p> <p>Erhalten neuer Informationen zur Betonung der Interaktion in einer Online-Einstellung</p> <p>Übung zur Ausübung didaktischer Fähigkeiten im Online-Kontext</p> <p>Beispiele für häufig gestellte Fragen und die häufigsten technischen Probleme, die Teilnehmer</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
<ul style="list-style-type: none"> - Erfahren Sie, wie Sie Online-Schulungen mithilfe verschiedener Online-Plattformen erfolgreich planen, vorbereiten und bereitstellen können. - Verständnis der Unterschiede und Vorteile verschiedener Online-Plattformen. - Verständnis der spezifischen Merkmale und Anforderungen erfolgreicher Online-Schulungen im Vergleich zu Vor-Ort-Schulungen. 				

Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
Literatur				
<p>Margareth Driscoll; 2010; Web based training – creating e-learning experiences; https://books.google.at/books?hl=de&lr=&id=SQb9GNZMV6cC&oi=fnd&pg=PR3&dq=preparing+e+learning+training+literatur&ots=Gl6238__D5&sig=WZRUC2_VxYZxHGONoC2-8Ec1HgQ#v=onepage&q&f=false</p> <p>Cara J. Gomez; 2020; Dynamic and effective virtual training – 31 strategies to design and facilitate training in an online environment</p> <p>Hugget C., 2018; The Virtual Training Guide Book – How to design, deliver and implement live Online learning</p>				

Titel des Moduls	Entwicklung von „soft skills“ für Digitalisierungsexperten			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Kommunikationsexperte, vorzugsweise mit Background in der Psychologie			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
Schulung der Digitalisierungsexperten für die Entwicklung von Soft Skills, die wichtig sind, um effektiver mit Frauen zu arbeiten und ihre Bedürfnisse besser zu verstehen. Das Modul wird Digitalisierungsexperten helfen, Frauen als Unternehmerinnen besser zu verstehen und in der Lage zu sein, ihre geschäftlichen Herausforderungen und Bedürfnisse, ihre Pläne für ihr Unternehmen und ihre Erwartungen aus ihrer Zusammenarbeit zu identifizieren.				
Inhalt des Moduls				
<p>Eisbrechend</p> <p>Natur der Soft Skills</p> <p>Soziale Beziehungen und Interaktionen. Empathie.</p> <p>Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten</p> <p>Verhandlungsfähigkeiten</p> <p>Teamwork-Fähigkeiten (Bindungsmethoden)</p> <p>Führungsqualitäten</p> <p>Praktische Übungen</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
Entwicklung neuer persönlicher und kommunikativer Fähigkeiten und Anpassung neuer Techniken für den Unterricht mit Unternehmerinnen.				

Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation
Literatur				
Mohan, K., Banerji, M. (2017), <i>Developing Communication Skills</i> , Laxmi Publications.				

Titel des Moduls	Wirksame Methoden zur Wissensvermittlung an Unternehmerinnen			
Schlüsselqualifikationen des Trainers	Hintergrund in (weiblicher) Psychologie und Pädagogik; Gender & Diversity Trainer, Experte für Train-the-Trainer-Kurse			
	Obligatorisch	Wahlfach		
Anzahl der Stunden, für das Modul	8 Stunden			
Ziel des Moduls				
<p>Die Digitalisierungsexperten über die Frauenpsychologie zu schulen, tiefere Einblicke in das spezifische Umfeld, in dem sie arbeiten, und die emotionale Unterstützung, die sie benötigen.</p> <p>Sensibilisierung für die Bedürfnisse von Unternehmerinnen als Zielgruppe</p> <p>Unterschiedliche pädagogische Ansätze bei der Arbeit mit Unternehmerinnen</p>				
Inhalt des Moduls				
<p>Frauenpsychologie</p> <p>Rolle, Herausforderungen und besondere Bedürfnisse von Unternehmerinnen</p> <p>Angemessene Methoden zur Wissensvermittlung an Unternehmerinnen</p>				
Lehrmethoden und -instrumente				
Vorträge	Workshops / Seminare	Praxis vor Ort	Individuelle Aufgaben	Multimedia und Internet
Fernunterricht	Konsultationen	Laborarbeit	Mentoring	Andere _____
Erwartungen der Modulteilnehmer				
<ul style="list-style-type: none"> - Merkmale der weiblichen Psychologie - Die richtige Einstellung für die Durchführung der Ausbildungen von Unternehmerinnen - Sensibilisierung bzgl. der Bedürfnisse von Unternehmerinnen - Effektives Zeitmanagement für die Durchführung der Schulungen 				
Bewertung der Modulteilnehmer				
Schriftliche / mündliche Prüfung	Essay	Praktische Arbeit	Projekt	Presentation

Literatur

Clements Phil / Jones John; 2016; The diversity training handbook – A practical guide to understanding and changing attitudes

Avolio Alecchi B.; 2018; Women and entrepreneurship: Female durability, Persistence and Intuition at work

Leyla Sarfaraz, 2014; The relationship between women entrepreneurship and gender equality <https://link.springer.com/article/10.1186/2251-7316-2-6>

Allen, S., & Truman, C. (2016). Women in business: Perspectives on women entrepreneurs. Routledge.

McAdam, M. (2013). Female entrepreneurship. Routledge.

Safapour, E., Kermanshachi, S., & Taneja, P. (2019). A review of nontraditional teaching methods: Flipped classroom, gamification, case study, self-learning, and social media. Education Sciences, 9(4), 273.

Regmi, K. (2012). A Review of Teaching Methods-Lecturing and Facilitation in Higher Education (HE): A Summary of the Published Evidence. *Journal of Effective Teaching*, 12(3), 61-76.

Anhang 1: Checkliste – Interviews mit Unternehmerinnen

Anhand eines Literaturüberblicks wurden Fragen zur Durchführung von Interviews mit Unternehmerinnen ermittelt. Aufgrund der Art des Themas war es nicht möglich, vorherzusehen, welche Art von Informationslücken für den Datenerfassungsprozess relevant sein könnten, so dass die Forscher eingeladen wurden, das Thema über diese Fragen hinaus zu erforschen und Einblicke in alle relevanten Aspekte der Curriculumentwicklung zu gewinnen.

- *Wie hoch ist der Einsatz digitaler Tools in Ihrer aktuellen Geschäftspraxis? Beschreiben Sie bitte, welche Tools Sie verwenden.*
- *Haben Sie ein Beispiel für das Unternehmen in Ihrer Branche gesehen, das mit digitalen Tools, die Sie als Benchmark nutzen könnten, um Sie zu inspirieren, einen erfolgreichen Einfluss auf den Markt hat? Bitte beschreiben.*
- *Inwiefern würden digitale Tools Ihre Kontaktaufnahme zu bestehenden oder neuen Kunden verbessern?*
- *Welchen Teil der digitalen Tools, von denen Sie glauben, dass Sie sie selbst nutzen könnten, und welchen Teil möchten Sie zu unserer Quelle verwenden?*
- *Ist Ihnen soziale Verantwortung und Aktivismus besonders wichtig? Möchten Sie einen Beitrag zur Community in die Präsentation Ihres Unternehmens virtuell einbeziehen?*
- *Glauben Sie, dass Frauen im Allgemeinen Bedenken in Bezug auf die Cybersicherheit haben? Auf welche Weise?*
- *Würden Sie eine Schulung zu digitalen Tools bevorzugen, bei der eine schrittweise Anleitung angeboten wird?*
- *Würden Sie es vorziehen, wenn die Schulungen die Auswirkungen der Nutzung digitaler Tools auf die Erhöhung des Einkommens Ihres Unternehmens aufzeigen?*
- *Wie können Sie Schulungen für Unternehmerinnen so effizient wie möglich gestalten und dabei die geringste Zeit in die Dauer von Reisen nehmen?*
- *Glauben Sie, dass man Flexibilität bzgl. Zeit und/oder Ort in Bezug bei der Durchführung der Ausbildung für Unternehmerinnen einplanen sollte? In welchem Sinne? Was wäre am besten geeignet? Ist es besser, solche Schulungen online oder vor Ort zu organisieren? Warum? Wären vorab aufgezeichnete Sitzungen eine gute Lösung? (In der Lage sein, sich nach Möglichkeit zu nähern, sich an die Familienpflege anzupassen, keine Zeit auf Reisen zu verlieren)*
- *Nutzen Unternehmerinnen soziale Netzwerke für Gruppennetzwerke? Wenn ja, welche?*
- *Glauben Sie, dass der Inhalt der Schulungen zur Digitalisierung in irgendeiner Weise speziell an die Bedürfnisse von Unternehmerinnen angepasst werden sollte? Bitte beschreiben Sie diese.*
- *Was sonst finden Sie wichtig und nicht abgedeckt?*

Anhang 2: Checkliste – Interviews mit Digitalisierungsexperten

Anhand eines Literaturüberblicks wurden Fragen zur Durchführung von Interviews mit Digitalisierungsexperten identifiziert. Aufgrund der Art des Themas war es nicht möglich, vorherzusehen, welche Art von Informationslücken für den Datenerfassungsprozess relevant sein könnten, so dass die Forscher eingeladen wurden, das Thema über diese Fragen hinaus zu erforschen und Einblicke in alle relevanten Aspekte der Curriculumentwicklung zu gewinnen.

- *Sind Digitalisierungsexperten im Allgemeinen qualifiziert, das Geschäftsmodell ihrer Kunden aus dem Mikrogeschäftssegment zu analysieren und ihnen bei Innovationen auf der Grundlage der Einführung digitaler Tools zu helfen?*
- *Möchten Sie mehr betriebswirtschaftliches Wissen haben, um die Bedürfnisse von Unternehmern und das Potenzial der Digitalisierung besser verstehen zu können? Wenn ja, mit welchem Aspekt des betriebswirtschaftlichen Wissens möchten Sie besser vertraut sein?*
- *Könnte sich auch ein kleines digitales Marketingbudget auf den Erfolg von frauengeführten Unternehmen auswirken?*
- *Ist es möglich, Frauen in die Lage zu versetzen, digitale Instrumente in ihrem Unternehmen selbst effektiv zu nutzen? Welchen Teil davon sollten sie Ihrer Meinung nach auslagern?*
- *Wie können Sie als Digitalisierungsexpertin Unternehmerinnen in Bezug auf ihre Anliegen in Fragen der Cybersicherheit bequemer machen?*
- *Wenn soziale Verantwortung und Aktivismus für Frauen von besonderer Bedeutung sind – wie kann man das in die Präsentation ihres Unternehmens praktisch einbeziehen? Könnte ihre digitale Marketingkampagne auch einen Beitrag für die Community beinhalten, um für sie attraktiv zu sein?*
- *Wenn Unternehmerinnen ohne technischen Hintergrund über den Einsatz digitaler Tools in ihrem Unternehmen geschult werden - ist es möglich, eine Schulung zu haben, in der Schritt-für-Schritt-Beratung angeboten wird? Wie kann das umgesetzt werden?*
- *Kann ein praxisnahes Konzept umgesetzt werden – Frauen zeigen, wie sie digitale Tools nutzen und mit dem Digitalspezialisten üben lassen?*
- *Können Schulungen den Nachweis der Auswirkungen der Digitalisierung auf die Erhöhung des Unternehmenseinkommens beinhalten, um die Motivation von Frauen zu erhöhen, sich den Schulungen zu widmen?*
- *Wie wichtig ist die Verwendung von Sprache in Schulungen zu digitalen Tools? Kann die Verwendung einfacher Sprache anstelle einer technischen Sprache den Grad der Internalisierung des Wissens erhöhen?*
- *Wie können Sie die Ausbildung für Unternehmerinnen, die oft zusätzliche Herausforderungen haben, um das Privat- und Geschäftsleben in Einklang zu bringen,*

so effizient wie möglich gestalten und dabei die geringste Zeit, einschließlich Reisen, in Kauf nehmen?

- *Wie kann die Online-Vernetzung von Unternehmerinnen im Rahmen von Online-Schulungen ermöglicht werden?*
- *Ist es möglich, ein Programm zu erstellen, das Schulungen mit kostenloser Beratung kombiniert, wenn zusätzliche Hilfe benötigt wird?*
- *Glauben Sie, dass der Inhalt der Schulungen zur Digitalisierung in irgendeiner Weise speziell an die Bedürfnisse von Unternehmerinnen angepasst werden könnte?*
- *Was sonst finden Sie wichtig und nicht abgedeckt?*

Anhang 3: Bibliographie

- WKO Statistik (2021), <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/daten-unternehmensneugruendungen.html>
- Eva Heckl, Unternehmerinnen in Österreich (2017), https://www.kmuforschung.ac.at/wp-content/uploads/2019/01/Unternehmerinnen_BMWFW_Endbericht.pdf
- Karin Kiedler, Jungunternehmerinnen in Österreich (2019); <https://docplayer.org/196902696-Jungunternehmerinnen-in-oesterreich-thomas-schaufler-privatkundenvorstand-der-erste-bank-oesterreich.html>
- Laura Vogel und Bernhard Kittel, Unternehmensgründungen aus der Arbeitslosigkeit (2019), https://soc.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/i_soc/Forschung/Vogel_Kittel_2019_Unternehmensgruendungen_aus_der_Arbeitslosigkeit-Projektbericht_20191001.pdf
- Charalambos Tsekeris, 'Greece's Digital Challenges: what is to be done?', available at: <https://blogs.lse.ac.uk/greeceatlse/2020/11/17/greeces-digital-challenges-what-is-to-be-done/>
- Nektaria Stamouli, 'Coronavirus bundles Greece into the digital era', available at: <https://www.politico.eu/article/coronavirus-bundles-greece-into-the-digital-era/>
- Maaïke Okano-Heijmans, 'CORONAVIRUS: THE WORLD'S FIRST DIGITAL PANDEMIC', available at: <https://www.clingendael.org/publication/coronavirus-worlds-first-digital-pandemic>
- World Economic Forum, The Future of Jobs Report 2020, available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf
- ИАНМСП, Национално представително проучване сред МСП, април 2020, https://www.sme.government.bg/uploads/2020/07/Kantar_National_Survey_SME_April-2020-BG-1.pdf
- Тодоров, К., Бизнес предприемачество, 2-ро издание. София: БАРМП, 2015.
- Кирилов, К., Стартъп в BG, Elestra, S., 2020
- Ванков, Н., Дигитален живот на организацията. Как да запалим двигателите на успешния онлайн бизнес?, ИК на УНСС, С., 2018.
- Ванков, Н., Интернет комуникации, ИК на УНСС, С., 2013.
- Галоей, С., The Four: Скритата ДНК на "Амазон", "Епъл", "Фейсбук" и "Гугъл", Издателство Изток-Запад, С., 2018.
- Дрейтън Бърд, Директен и дигитален маркетинг на здравия разум, Издателство Locus, С., 2012.
- Иванов, А., Скритите оръжия в рекламата. Как да създадеш идея без да си Огилви, Издателство Изток-Запад, С., 2020.
- Илчев, Н., Add To Cart, 29 експертни мнения за успешно развитие на вашия онлайн магазин, e-Commerce Academy, 2019.
- Лъкет, О., Кейси, М., Социалният организъм, Издателство Кръгзор, С., 2017.
- Котлър, Ф., Картаджая, Х., Сетиуан, И., Маркетинг 4.0: От традиционното към дигиталното, Издателство Locus, С., 2020.
- Солис, Б., Новият бизнес модел. Успехът в революцията на потребителите изисква промяна, Издателство Рой Комюникейшънс, С., 2015.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F., Digital marketing: strategy, implementation and practice, 6th ed., 2016.
- Central Statistical Bureau of Latvia, 2021, available at <https://www.csb.gov.lv/en/statistics>
- European Commission, *European Semester: Joint Employment Report*, 2020, available at <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=8270>
- European Commission, *Women in Digital Scoreboard 2020*, 2019, available at [file:///C:/Users/a/Downloads/WomeninDigitalScoreboard2020Latvia%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/a/Downloads/WomeninDigitalScoreboard2020Latvia%20(3).pdf)
- European Commission, *2019 Report on equality between women and men in the EU*, p.27, 2019, available at https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/aid_development_cooperation_fundamental_rights/annual_report_ge_2019_en_1.pdf
- Eurostat, Database, 2021, available at <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

- Giotopoulos, I., Kontolaimou, A. Korra, E., and Tsakanikas, A., What drives ICT adoption by SMEs? Evidence from a large-scale survey in Greece. *Journal of Business Research*, 2017, available at https://econpapers.repec.org/article/eejbrese/v_3a81_3ay_3a2017_3ai_3ac_3ap_3a60-69.htm
- Goldin, C., A Grand Gender Convergence: Its Last Chapter, *The American Economic Review*, 2014, Vol. 104/4, pp. 1091-1119, available at https://scholar.harvard.edu/files/goldin/files/goldin_aeapress_2014_1.pdf
- IFC, *Investing in Women's Employment: Good for Business, Good for Development*, 2013, available at <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/library/investing-women-s-employment-good-business-good-development>
- ILO, *Women at Work: Trends 2016*, 2016, available at http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_457317.pdf
- Noland, M. et al., *Is Gender Diversity Profitable? Evidence from a Global Survey*, 2016, EY & Peterson Institute for International Economics, available at <https://www.piie.com/publications/working-papers/gender-diversity-profitable-evidence-global-survey>
- OECD, Going Digital in Latvia, *OECD Reviews of Digital Transformation*, OECD Publishing, Paris, 2021, available at <https://doi.org/10.1787/8eec1828-en>. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8eec1828-en/1/3/4/index.html?itemId=/content/publication/8eec1828-en&_csp_=392cfdaed9b3f9788a347c7cc0665a97&itemIGO=oecd&itemContentType=book#sec-96
- OECD, *Empowering Women in the Digital Age - Where do we Stand*, OECD Publishing, Paris, 2018, available at <https://www.oecd.org/social/empowering-women-in-the-digital-age-brochure.pdf>
- The World Bank Group, *IFC Launches 'She Works' Partnership to Advance Women in Private Sector*, 2014, available at <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2014/09/22/ifc-launches-she-works-partnership-to-advance-womens-employment-in-the-private-sector>
- World Economic Forum, *Executive Summary: The Industry Gender Gap*, 2020, available at <https://www.weforum.org/agenda/2019/12/gender-gap-report-gender-parity-how-to-speed-up-progress/>
- Foponomika. Available at: URL: <https://opendatabot.ua/open/foonomics> 26.01.2021
- 2020 Small Business Digital Transformation A Snapshot of Eight of the World's Leading Markets. Available at: URL: https://www.cisco.com/c/dam/en_us/solutions/small-business/resource-center/small-business-digital-transformation.pdf 30.01.2021
- In-Demand Skills. Available at: URL: <https://www.pmi.org/learning/library/forging-future-focused-culture-11908> 26.01.2021
- The female face of Ukrainian business. Available at: URL: <https://womo.ua/zhenskoe-litso-ukrainskogo-biznesa/> 26.01.2021
- Women in business: Ukrsibbank program for the development of women's entrepreneurship in Ukraine. Available at: URL: <https://minfin.com.ua/2019/10/11/39347322/> 26.01.2021
- How to stimulate women's entrepreneurship in Ukraine? Available at: URL: <https://agroportal.ua/views/mnenie-eksperta/kak-stimulirovat-zhenskoe-predprinimatelstvo-v-ukraine/> 05.02.2021.
- 75+ Small Business Statistics to Help Your Digital Marketing Strategy (2019). Available at: URL: <https://www.bluecorona.com/blog/29-small-business-digital-marketing-statistics/> 30.01.2021
- The Truth About B2B Web Design and Why You Should Invest in It. Available at: URL: <https://www.kinesisinc.com/the-truth-about-web-design/> 30.01.2021
- KPMG 2017 Global Online Consumer Report: The truth about online consumers. Available at: URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/01/the-truth-about-online-consumers.pdf> 30.01.2021
- Social Media as an Effective Tool to Promote Business - An Empirical Study (2019). Available at: URL: <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/2673/2574> 03.02.2021
- Impact of Social Media Application in Business Organizations (2019). Available at: URL: https://www.researchgate.net/publication/334522925_Impact_of_Social_Media_Application_in_Business_Organizations 03.02.2021

Exploring the role of business social networking for organizations (2015). Available at:
URL:https://www.researchgate.net/publication/271846048_EXPLORING_THE_ROLE_OF_BUSINESS_SOCIAL_NETWORKING_FOR_ORGANIZATIONS/ 03.02.2021

GlobalWebIndex (2020). Available at: URL: <https://www.globalwebindex.com/reports/social/> 03.02.2021

Report on the results of the study. Bitrix24 Ukraine. Available at: URL: <https://www.bitrix24.ua/crmresearch2018/> 28.01.2021

Bitrix24. Available at: URL: <https://www.bitrix24.ua/> 24.01.2021

BusinessTown. The 300 Best Small Business Ideas. Available at: URL:<https://businesstown.com/300-best-small-business-ideas/> 26.01.2021

54 Small Business Ideas for Anyone Who Wants to Run Their Own Business. Available at: URL:
<https://blog.hubspot.com/sales/small-business-ideas> 26.01.2021

Business News Daily. 21 Great Small Business Ideas to Start in 2021. Available at: URL:
<https://www.businessnewsdaily.com/2747-great-business-ideas.html> 26.01.2021

Entrepreneur. Need a Business Idea? Here Are 55. Available at: URL: <https://www.entrepreneur.com/article/201588> 26.01.2021

500+ Free Sample Business Plans. Available at: URL: <https://www.bplans.com/sample-business-plans/> 28.01.2021

Calculate Stuff. Financial Calculators. Available at: URL: <https://www.calculatestuff.com/financial> 26.01.2021

Ford, B. R., Bornstein, J. M., Pruitt, P. T. (2007). The Ernst & Young Business Plan Guide 3th (third) edition, John Wiley & Sons.

Create beautiful websites without any code on Tilda. Available at: URL: <https://tilda.cc/?lang=en>

Wix. Available at: URL: <https://www.wix.com>

Wordpress.com. Available at: URL: <https://wordpress.com>

Google Analytics. Available at: URL: <https://analytics.google.com>

Zoom: Video Conferencing, Web Conferencing, Webinars. Available at: URL: <https://zoom.us>

Skype. Available at: URL: <https://www.skype.com>

Facebook. Available at: URL: <https://www.facebook.com/>

Instagram. Available at: URL: <https://www.instagram.com/>

Websites:

<https://www.lursoft.lv/>

<https://www.mk.gov.lv/lv/ministru-kabineta-sastavs>

https://titania.saeima.lv/Personal/Deputati/Saeima13_DepWeb_Public.nsf/deputies?OpenView&lang=LV&count=1000

<https://www.iot-now.com/2020/07/23/104031-covid-19-has-spiced-up-digital-transformation-by-5-3-years-says-study/>

<https://www.oecd.org/latvia/oecd-skills-strategy-latvia-74fe3bf8-en.htm>

<https://www.x-hackathon.com/copy-of-nozares-uznemumi>

<https://digitaljobs.women4it.eu/>

<https://women4it.eu/>

<http://rigatechgirls.com/>

<https://rigacoding.lv/>