

DIGI Women

Strumenti di imprenditorialità digitale
e sostegno alle donne imprenditrici

Progetto su Accordo n° 2020-1-BG01-KA204-079272

Cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione europea



Erasmus+



HUMAN
RESOURCE
DEVELOPMENT
CENTRE

Curriculum

(per la formazione di formatori in digitalizzazione aziendale e donne imprenditrici)

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



Sviluppato congiuntamente da

Consulenza Direzionale di Paolo Zaramella, Italia

bit management Beratung GesmbH, Austria

Associazione Greca delle Donne Imprenditrici – SEGE, Grecia

Esperti dei cluster nella regione del Mar Baltico – CEBSR, Lettonia

Università Tecnica Nazionale „Istituto Politecnico di Kharkiv“, Ucraina

CEPOR – Centro per le PMI e Centro per le politiche imprenditoriali, Croazia

Università di Economia Nazionale e Mondiale, Bulgaria

2021

Prototipo di Curriculum

La bozza del prototipo di piano formativo (CURRICULUM) è stata progettata per la qualificazione di esperti di digitalizzazione che dovrebbero acquisire ulteriori conoscenze e competenze per essere in grado di aiutare le donne imprenditrici in difficoltà a creare reddito e a diventare autosufficienti.

La bozza del CURRICULUM prototipo è preparata sulla base della ricerca condotta in Bulgaria, Lettonia, Ucraina, Italia, Grecia, Austria e Croazia dalle organizzazioni partner del progetto DIGI-WOMEN, finanziato dal programma europeo Erasmus+.

Lo scopo della ricerca era quello di conoscere le esigenze delle donne imprenditrici, in particolare quelle in situazioni di difficoltà. L'obiettivo era quello di collegare la conoscenza degli strumenti digitali dell'esperto con altre competenze di business che le imprenditrici non hanno, ignorano o affrontano in modo diverso rispetto agli imprenditori uomini, come il networking, lo sviluppo della strategia, la ricerca di opportunità imprenditoriali, ecc. Questo rende il Curriculum uno strumento efficace per raggiungere l'obiettivo generale del progetto DIGI-WOMEN.

In questo progetto DIGI-WOMEN e nel prototipo di Curriculum sviluppato si usano le seguenti definizioni dei termini chiave:

Donne imprenditrici

Le beneficiarie principali del progetto DIGI-WOMEN sono donne imprenditrici in difficoltà, che si trovano ad affrontare sfide di sopravvivenza a causa della mancanza di un sufficiente reddito aziendale.

Digitalizzazione

Sebbene la digitalizzazione comprenda una vasta gamma di servizi, in questo progetto, a causa del basso livello di competenze e conoscenze tecniche, e del fatto che la maggior parte delle donne gestisce imprese nel settore dei servizi, la digitalizzazione è percepita come un mezzo per raggiungere il mercato, non un mezzo per migliorare i processi tecnologici.

Esperti di digitalizzazione

I destinatari (partecipanti) nell'implementazione dei programmi educativi basati su questo Curriculum sono esperti di digitalizzazione - professionisti con competenze sviluppate e conoscenze necessarie per implementare la digitalizzazione di un business. Di solito combinano entrambi i ruoli: 1) essere consulenti nella digitalizzazione e fornire supporto ai clienti per ampliare il pool di clienti attraverso l'uso di strumenti digitali; e 2) essere un formatore - come un modo per educare i potenziali clienti e promuovere i loro servizi di consulenza.

Curriculum

Il curriculum è una struttura per l'elaborazione di un programma di apprendimento permanente che consiste di elementi predefiniti, come: titolo del corso, obiettivo, contenuto, metodi e strumenti di insegnamento, programma di studio, ecc.

1: Obiettivo & Metodologia

Il prototipo del Curriculum è stato sviluppato sulla base di una ricerca documentale e preliminare condotta dai partner di DIGI-WOMEN. La ricerca preliminare è stata condotta tra le donne imprenditrici come destinatarie del progetto DIGI-WOMEN e gli esperti di digitalizzazione come destinatari (partecipanti) del Curriculum implementato. In totale, la ricerca primaria ha incluso 35 imprenditrici e 39 esperti di digitalizzazione di 7 paesi. Sia la ricerca documentale che quella preliminare sono state implementate sulla base di linee guida dettagliate per la ricerca e liste di controllo per le interviste semi-strutturate (allegato 1 e 2). L'elenco della letteratura (ad esempio documenti di riferimento, studi, rapporti nazionali, rapporti politici, descrizioni di programmi e altri documenti pertinenti) consultato nella ricerca documentale è incluso nell'allegato 3.

L'obiettivo principale della ricerca preparatoria è stato *quello di conoscere le esigenze specifiche delle donne imprenditrici in difficoltà; di identificare il potenziale della digitalizzazione nell'aumentare la competitività del loro business e di identificare altre competenze di business che le donne devono sviluppare perché esse sono legate alla capacità di utilizzare gli strumenti digitali*. Inoltre, la ricerca ha permesso di identificare le conoscenze e le competenze che gli *esperti di digitalizzazione devono sviluppare* per supportare le donne imprenditrici nell'uso degli strumenti di digitalizzazione, e gli *aspetti di come la formazione fornita dagli esperti di digitalizzazione dovrebbe essere adattata alle donne imprenditrici in difficoltà*.

Una volta preparata la bozza del Curriculum, è stata fatta una revisione interna ed esterna. I revisori interni erano rappresentanti di tutte le organizzazioni partner del progetto DIGI-WOMEN e i revisori esterni erano rappresentanti dai soggetti target (esperte/esperti di digitalizzazione e imprenditrici) che hanno fornito feedback e suggerimenti per il miglioramento del prototipo del curriculum. Sulla base dei loro commenti, è stata sviluppata la versione finale di Curriculum.

2: Rapporto – Interviste con Donne Imprenditrici

I partner di DIGI-WOMEN hanno condotto in totale 20 interviste a donne imprenditrici per raccogliere informazioni rilevanti per lo sviluppo del Curriculum.

Le interviste sono state condotte tra le intervistate che sono state identificate secondo i seguenti criteri:

donne imprenditrici in difficoltà, donne imprenditrici che hanno fatto un miglioramento significativo nel business, utilizzando la digitalizzazione, rappresentanti di associazioni di donne imprenditrici, ricercatori di imprenditoria femminile.

Sulla base delle interviste condotte, è stata sviluppata una lista di conclusioni sui bisogni delle donne imprenditrici come beneficiarie finali del progetto.

I punti principali sono i seguenti:

- *Tra le imprenditrici sono evidenti diversi livelli di conoscenza pregressa e di utilizzo della digitalizzazione*
- *Sono tutte consapevoli dell'impatto positivo che la digitalizzazione può avere sulle loro imprese e vorrebbero saperne di più*
- *Non tutte vorrebbero essere in grado di diventare utenti efficaci da sole. Alcune di loro credono di avere questioni manageriali più importanti da affrontare e vorrebbero esternalizzare gli specialisti per questo scopo*
- *La maggior parte di loro opta per un modello ibrido di formazione - in loco per stabilire contatti con il formatore e gli altri partecipanti e online con sessioni preregistrate per risparmiare tempo. In molti casi, le donne devono trovare l'equilibrio tra la vita privata (ruolo ancora importante nella gestione della famiglia a causa delle opinioni tradizionali sul ruolo delle donne in una famiglia) e il proseguimento della carriera imprenditoriale. Pertanto, è importante combinare parti di formazione in presenza per scopi di networking e parti di formazione online per renderlo più adeguato alla loro esigenza di flessibilità*
- *Preferiscono una guida passo dopo passo con la possibilità di contattare il formatore e ottenere ulteriori spiegazioni se necessario*
- *Vorrebbero imparare da esempi pratici reali e apprezzano i casi che mostrano l'impatto della digitalizzazione sull'aumento del reddito*
- *In un paio di paesi è emersa l'idea di una newsletter che fornisca informazioni aggiornate sulle innovazioni della digitalizzazione e sulle opportunità di formazione*
- *In molti casi alle donne non piace l'idea di essere trattate come un gruppo separato e preferiscono una formazione congiunta con gli imprenditori uomini.*

3: Rapporto – Interviste con Esperti di Informatizzazione

I partner di DIGI-WOMEN hanno condotto in totale 20 interviste con esperti di informatizzazione al fine di raccogliere informazioni rilevanti per lo sviluppo del Curriculum.

Le interviste sono state condotte tra gli intervistati che sono stati identificati secondo i seguenti criteri:

esperti di informatizzazione che offrono i loro servizi o formazione a lavoratori autonomi/proprietari di micro imprese, coloro che hanno esperienza nel fornire servizi alle donne imprenditrici, coloro che hanno avuto un enorme impatto sul miglioramento del modello di business delle piccole imprese introducendo strumenti digitali, coloro che vorrebbero ampliare il bacino dei loro clienti provenienti dal segmento delle micro imprese, in particolare le imprese guidate da donne.

Sulla base delle interviste condotte con gli esperti di digitalizzazione, è stata sviluppata una lista di conclusioni sulle lacune di conoscenze e competenze degli esperti di informatizzazione (DE) come gruppo target in questo progetto.

I punti principali sono i seguenti:

- *In una certa misura i (Digital Experts, esperti di digitalizzazione; in sigla: DE) indicano il sostegno all'idea di organizzare una formazione per le donne imprenditrici come gruppo separato (ambiente psicologicamente più sicuro), ma ci sono anche altre opinioni al riguardo. Alcuni credono che sia una questione di livello di conoscenza (principianti), non di genere*
- *I DE hanno bisogno di una competenza per formare un gruppo con un differente livello di conoscenza pregressa, il che è spesso il caso*
- *Se il formatore è lui stesso un imprenditore - questa è osservata come una caratteristica importante che può comportare una migliore comprensione dei bisogni formativi delle donne imprenditrici*
- *Se il DE ha già lavorato con start-up/imprenditori - maggiore possibilità di comprendere meglio le esigenze delle (donne) imprenditrici*
- *Comprendere il modello di business, la gestione strategica e il marketing strategico - per la maggior parte dei DE è molto utile per la corretta prestazione dei loro servizi come esperti digitali*
- *Alcuni DE credono che le donne imprenditrici (Women Entrepreneurs, in sigla: WE) dovrebbero esternalizzare i servizi di digitalizzazione, e alcuni credono che potrebbero essere messe in grado di farlo da sole, ad un livello di base*
- *La maggioranza dei DE crede che si possa avere un impatto anche con un piccolo budget per la digitalizzazione*
- *Credono che il modo più efficiente di formazione sarebbe sessioni in loco e online - registrate per permettere un uso continuo*
- *Suggerimento: la formazione per le WE deve essere integrata con opportunità di condividere le competenze tra i tirocinanti e consultazioni reciproche (supporto tra pari) - utilizzando piattaforme di comunicazione per entrambi - formazione e comunicazione tra i tirocinanti*
- *i DE credono che un linguaggio comprensibile e non tecnico sia la chiave per acquisire conoscenze relative alle tecnologie digitali*
- *Inoltre, alcuni argomenti suggeriscono: psicologia femminile, negoziazione aziendale, pianificazione finanziaria, processo di innovazione, analisi aziendale*
- *Guida passo dopo passo e approccio operativo*
- *Sarebbe efficace dimostrare l'impatto della digitalizzazione sull'aumento del reddito del business per aumentare la motivazione delle donne a dedicare il loro tempo alla formazione*
- *Il contenuto dei corsi di formazione sulla digitalizzazione potrebbe essere adattato ai bisogni delle donne imprenditrici nel senso della loro conoscenza tecnica, che di solito è scarsa.*

Sulla base delle impressioni acquisite attraverso la ricerca documentaria e primaria, è stato sviluppato il seguente prototipo di curriculum.

4: Curriculum Prototipo

TITOLO DEL CURRICULUM

Titolo suggerito del Curriculum rivolto agli esperti di digitalizzazione:

DIGI Women – Manuale degli strumenti per i formatori

I partner DIGI-WOMEN hanno anche identificato possibili titoli per i corsi di formazione sulla digitalizzazione destinati alle donne imprenditrici:

- DIGI Women - Manuale degli strumenti per i formatori
- DONNE IN AZIONE! COME MIGLIORARE IL BUSINESS GRAZIE AGLI STRUMENTI ICT
- Un nuovo approccio delle donne imprenditrici per realizzare la trasformazione digitale
- Successo con la digitalizzazione del tuo business!
- Percorso accelerato di digitalizzazione finalizzato alla nuova economia creativa (ADVANCE)
- Esperienza di apprendimento mirata a gruppi specifici di donne imprenditrici digitali - LET'S GO Digi (WE)
- Le donne imprenditrici vanno in digitale (We Go Digi)
- Nuove donne imprenditrici - Strumenti digitali per l'apprendimento applicativo (NEW DIGITALS)
- Moduli di formazione DigiWomen - DIGTM o DiWoTM
- Donne DIGI: Competenze digitali per donne d'affari.

IMPORTANZA DEL CURRICULUM

L'obiettivo del Curriculum è quello di formare esperti di digitalizzazione per metterli in grado di aiutare le donne imprenditrici in difficoltà ad aumentare la competitività e la sostenibilità delle loro imprese attraverso l'installazione di strumenti digitali. La pandemia COVID-19 ha confermato il fatto che passare al digitale non è più un'opzione, ma una necessità. Infatti, la crisi ha intensificato la dipendenza delle piccole imprese dalla tecnologia e ha evidenziato l'importanza della digitalizzazione. Più un'impresa è matura dal punto di vista digitale, più velocemente si adatta ai cambiamenti del mercato e cresce il suo fatturato. Al momento, in tutti i paesi partner di DIGI-WOMEN, sono stati identificati solo pochi esempi di corsi di formazione con contenuti specifici per le donne imprenditrici.

L'importanza di sviluppare il Curriculum è anche supportata dai risultati della ricerca documentaria e primaria condotta in 7 paesi partner che indicano quanto segue:

- *La digitalizzazione può rendere gli imprenditori più competitivi e aumentare il numero di clienti, il reddito e il profitto*
- *La sotto-rappresentanza delle donne nei lavori IT impone un livello inferiore di alfabetizzazione IT delle donne rispetto agli uomini*
- *Basso livello di digitalizzazione delle piccole imprese in generale (come riportato in Grecia, Bulgaria, Croazia, Lettonia)*
- *Aumento delle donne imprenditrici, ma sono tuttora attive soprattutto nel segmento delle microimprese. La digitalizzazione può stimolare un'ulteriore crescita.*

- *La maggior parte dei corsi di formazione sulla digitalizzazione si rivolge a dipendenti altamente qualificati provenienti da grandi aziende*
- *I corsi di formazione disponibili spesso forniscono linee guida specifiche sui prodotti, ma trascurano le esigenze specifiche delle imprese, distinte per classe di dimensione, appartenenza al settore e tecnologia di base utilizzata nelle loro attività*
- *Le imprese più piccole affrontano barriere nell'adozione delle ICT (minore capacità di adozione).*

POTENZIALI ORGANIZZATORI E PARTNER NELL'IMPLEMENTAZIONE DEL CURRICULUM

Un programma sistematico di formazione per la digitalizzazione delle imprese create e gestite da donne imprenditrici potrebbe essere utilizzato da varie organizzazioni di formazione - pubbliche, private e senza scopo di lucro, che possono attrarre esperti con conoscenze e competenze rilevanti. Un elemento essenziale che determinerà l'interesse in un tale programma è il modello che coprirà i costi della sua realizzazione, date le limitate risorse finanziarie del gruppo target - *le donne imprenditrici che si trovano in difficoltà nel loro business.*

Se necessario, il programma potrebbe essere realizzato esclusivamente online, il che diminuirà significativamente il costo della sua attuazione. L'implementazione di questo programma sul mercato è anche possibile, ma allora raggiungerà solo le donne imprenditrici che possono disporre dei fondi necessari.

Un ruolo importante nella divulgazione del programma può essere svolto dalle associazioni di donne imprenditrici (come SEGE in Grecia, Female Founders in Austria o International Business Women Network in Croazia), dalle organizzazioni dei datori di lavoro (come Business Chambers in Grecia, Camera di Commercio in Italia o Croatian Employers' Association in Croazia), dalle università, dalle organizzazioni pubbliche (come le biblioteche pubbliche che possono fornire accesso ai training online in Lettonia) e dalle organizzazioni specializzate nella formazione su temi economici e manageriali.

Per le donne imprenditrici che non hanno le risorse necessarie, è bene fornire modi alternativi e accessibili per migliorare ulteriormente le competenze di digitalizzazione delle loro imprese con un budget limitato o nullo (ad esempio, attraverso la partecipazione alla formazione, alla consulenza e al mentoring forniti da vari programmi di sovvenzione mirati attuati da organizzazioni di donne imprenditrici o da altri soggetti interessati).

Il curriculum può essere utilizzato anche da consulenti e formatori - come un ulteriore know-how per lavorare con le donne imprenditrici come gruppo target.

DESTINATARI SUGGERITI, AMBITO E DINAMICA DI ATTUAZIONE

I destinatari dell'attuazione del programma sono esperti di digitalizzazione (che lavorano come liberi professionisti, imprenditori, grandi società o organizzazioni), mentre i beneficiari finali sono donne imprenditrici il cui business si trova in difficoltà.

L'analisi dei servizi di consulenza specializzata e di formazione esistenti per la digitalizzazione del business condotta in tutti i 7 paesi partner dà un forte stimolo a seguire **le raccomandazioni per l'implementazione del programma:**

- I gruppi di partecipanti non dovrebbero essere più grandi di 20 partecipanti nel caso di corsi di formazione per esperti di digitalizzazione e 12 partecipanti nei corsi di formazione per donne imprenditrici (a causa dell'approccio basato su un approccio passo a passo).
- La dinamica di attuazione del programma dovrebbe essere di tre - quattro volte all'anno.

OBIETTIVI SI APPRENDIMENTO DEL PROGRAMMA

Dopo aver completato il programma basato su questo Curriculum, i formatori capiranno le necessità e le esigenze delle donne imprenditrici con difficoltà di business e adatteranno i loro servizi a queste condizioni generali. Saranno anche capaci di adattare i metodi e gli strumenti che usano secondo i bisogni specifici delle donne imprenditrici. Acquisiranno conoscenze e competenze per quanto riguarda l'identificazione dei bisogni pratici di digitalizzazione delle funzioni di base nella gestione delle micro-imprese.

Dopo aver completato il programma, gli esperti di digitalizzazione saranno consapevoli su:

- sfide e i bisogni specifici delle donne imprenditrici che affrontano difficoltà aziendali
- metodi adeguati per trasferire le conoscenze alle donne imprenditrici che affrontano - -difficoltà di business come gruppo target
- tecniche di motivazione per motivare le donne imprenditrici a raggiungere i loro obiettivi
- misure appropriate nel campo della digitalizzazione che le donne imprenditrici (in circostanze difficili) possono applicare per migliorare il loro successo aziendale.

Competenze generali, conoscenze e abilità dopo aver completato il programma:

- Abilità di utilizzare le conoscenze in situazioni pratiche
- Abilità di applicare metodi pedagogici di insegnamento alle donne imprenditrici come pubblico
- Comprensione delle specificità dei modelli di business e degli approcci di gestione tipici delle micro e piccole imprese guidate da donne
- Utilizzo di strumenti e metodi online per la formazione, così come sapere come applicare diversi metodi durante la formazione online, come tecniche di *gamification*, hackathon, ecc.
- Sviluppare competenze pedagogiche e la capacità di lavorare con persone con un basso livello di alfabetizzazione informatica.

Competenze specifiche, conoscenze e abilità dopo aver completato il programma:

- Gli esperti saranno in grado di fornire corsi di formazione su come identificare un'idea di business attraverso le risorse di Internet
- Gli esperti saranno in grado di fornire corsi di formazione sulla creazione di business plan per progetti di digitalizzazione

- Gli esperti saranno in grado di fornire corsi di formazione sullo sviluppo, posizionamento, analisi e promozione di siti web in assenza (o disponibilità di un minimo) di budget per queste attività
- Gli esperti saranno in grado di fornire corsi di formazione sul social media marketing per gli imprenditori
- Gli esperti padroneggeranno le basi dello sviluppo e dell'analisi dei siti web
- Capacità di promuovere un sito web nei motori di ricerca in assenza (o disponibilità di un minimo) di budget per questo tipo di attività
- Capacità di sviluppare una strategia di promozione sui social media per micro/piccole imprese.

METODI E STRUMENTI DIDATTICI

Per aumentare la capacità degli esperti di digitalizzazione di trasferire efficacemente le loro conoscenze alle donne imprenditrici in difficoltà, è importante adattare e applicare una pedagogia specifica nell'insegnamento agli adulti. I metodi e gli strumenti di insegnamento più appropriati per l'implementazione di questo Curriculum sono i seguenti:

- formazione faccia a faccia (in presenza)
- approccio centrato sullo studente
- apprendimento basato sulle domande
- apprendimento personalizzato
- dimostrazioni di soluzioni specifiche, sviluppo di progetti individuali e di squadra
- utilizzo di piattaforme e strumenti online per le lezioni
- pre-registrazione delle lezioni e renderle disponibili online
- un ciclo completo di apprendimento
- uso di tecniche di gamification che combinano l'apprendimento con attività sociali per risolvere compiti creativi
- utilizzo del metodo hackathon per l'interazione e la generazione di idee
- soluzioni digitali per la realizzazione di attività di apprendimento virtuale
- seminari di gruppo online per argomenti teorici
- studi di casi e analisi di buone pratiche
- elementi interattivi.

VALUTAZIONE DEI PARTECIPANTI AL PROGRAMMA

I metodi appropriati per valutare le competenze acquisite dagli esperti di digitalizzazione partecipanti al programma basato su questo Curriculum sono i seguenti:

- Questionari di valutazione online dopo il completamento di ogni modulo e alla fine dell'intera formazione
- Esame finale - applicazione delle conoscenze sulla soluzione di problemi di casi di studio - preparazione della presentazione ed esame orale per ulteriori spiegazioni.

Inoltre, ogni modulo contiene nella sua descrizione il metodo appropriato di valutazione dei partecipanti.

CONTENUTO DEL CURRICULUM

Il curriculum consiste in **4 moduli obbligatori**, tutti della durata di 24 ore di insegnamento. Oltre ai moduli obbligatori, i partecipanti possono scegliere un minimo di 4 moduli a scelta, che possono essere tratti dalla lista di **10 moduli tematici** (relativi alla digitalizzazione, alla gestione della piccola impresa e all'imprenditoria femminile) e **3 moduli di sviluppo delle competenze pedagogiche**.

I moduli tematici sono strutturati in modo che il loro contenuto presenti conoscenze che possono essere utilizzate direttamente per lavorare con le donne imprenditrici e costituisce un "kit di strumenti per la digitalizzazione delle piccole imprese guidate da donne".

Elenco dei moduli obbligatori ed opzionali sviluppati dai partner del progetto DIGI-WOMEN

	MODULI OBBLIGATORI	MODULI OPZIONALI
	Digitalizzazione come strumento per incrementare la competitività delle aziende condotte da donne	
	Gli strumenti digitali più utilizzati nella pratica delle PMI	
	BMC – Business Model Canvas	
	Marketing e gestione aziendale per le PMI	
MODULI TEMATICI		Gestione dei progetti, pianificazione del tempo e equilibrio tra lavoro e vita privata Imprenditorialità femminile Cyber security per l'e-commerce Alfabetizzazione dell'informazione e dei dati Transazioni e negoziazioni di Business Come la digitalizzazione può aiutare a trovare più / nuovi clienti Processo d'innovazione – Generare e sostenere le idee di business Sviluppo, implementazione, analisi e promozione del sito web Social Media Marketing (SMM) & Practical use of social networks for business needs Implementazione delle tecnologie digitali sull'esempio del sistema Bitrix24.CRM
SVILUPPO DI COMPETENZE PEDAGOGICHE		Progettare con efficacia corsi on line Sviluppare competenze personali e soft skill per gli esperti di digitalizzazione Metodi di insegnamento efficienti per le donne

SYLLABUS DEI MODULI

Titolo del modulo	La digitalizzazione come strumento per aumentare la competitività delle imprese guidate da donne			
Caratteristiche principali del formatore	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze e competenze approfondite nel campo dell'imprenditoria femminile e della digitalizzazione; - Competenze nell'applicazione di metodi e tecniche di insegnamento al fine di ottenere un processo di apprendimento attraente e orientato alla pratica che soddisfi le specificità degli adulti come discenti; - Almeno tre anni di esperienza nell'insegnamento e/o nella consulenza, preferibilmente nel campo dell'imprenditoria e/o della gestione di piccole imprese, o due anni di esperienza in una posizione con grande responsabilità di gestione. 			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	12 ore			
Obiettivo del modulo				
L'obiettivo del modulo è quello di fornire conoscenze utili agli esperti di digitalizzazione sui problemi che le donne imprenditrici più spesso affrontano nella gestione delle loro imprese, e le possibili soluzioni fornite dagli strumenti digitali disponibili.				
Contenuto del modulo				
<p>Analisi del modello di business:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costruire il vantaggio competitivo e le competenze chiave; Valore dei beni e servizi offerti e proposta di valore; Gruppi target di clienti; Canali di distribuzione; Relazioni con i clienti; Partecipazione a reti; Struttura dei costi; Modello di entrate. <p>Strumenti digitali per la risoluzione dei problemi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strumenti organici per i social media, Email marketing, Show redirect, Programmi di advertising, Video hosting, Creare contenuti, Content curation, Analisi del sito web, Servizio clienti, Ottimizzazione dei motori di ricerca, Affiliate marketing. 				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet

Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<ul style="list-style-type: none"> - Acquisizione di conoscenze e competenze per l'identificazione di problemi nel modello di business dell'impresa risolvibili con l'aiuto di strumenti digitali; - Conoscenze e competenze acquisite per la selezione di specifici tipi di strumenti digitali per la soluzione di specifici problemi aziendali; - Conoscenze e competenze acquisite per la preparazione di un piano-programma per l'implementazione graduale e l'uso efficace degli strumenti digitali. 				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<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>				

Titolo del modulo	Gli strumenti digitali più utilizzati nella pratica delle PMI	
Caratteristiche principali del formatore	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze e competenze approfondite nel campo della digitalizzazione delle piccole imprese, sul contenuto degli argomenti della formazione; - Competenze nell'applicazione di metodi e tecniche di insegnamento al fine di ottenere un processo di apprendimento attraente e orientato alla pratica che soddisfi le specificità degli adulti come discenti; - Almeno tre anni di esperienza nell'insegnamento e/o nella consulenza, preferibilmente nella digitalizzazione aziendale e/o nel marketing delle piccole imprese, oppure due anni di esperienza in una posizione di maggiore responsabilità nel marketing digitale. 	
	Obbligatorio	A scelta
Numero di ore di insegnamento del modulo	12 hours	
Obiettivo del modulo		
L'obiettivo del modulo è quello di fornire conoscenze pratiche sugli strumenti digitali più comunemente usati e di sviluppare competenze per il loro uso efficace da parte delle donne imprenditrici.		
Contenuto del modulo		
<p>Strumenti di ricerca di marketing: Analisi delle conoscenze, pensare con Google</p> <p>Strumenti di analisi di marketing: Google Analytics</p> <p>Strumenti di social media marketing: Agorapulse</p> <p>Strumenti di Content Marketing: HubSpot</p> <p>Strumenti di email marketing: MailChimp</p> <p>Strumenti di Ecommerce Marketing: Omnisend</p> <p>Strumenti di automazione del marketing: Rame</p> <p>Strumenti di reporting di marketing: Cluvio</p> <p>Strumenti di pubblicità digitale:</p> <p>Strumenti di analisi dei social media: Agorapulse</p> <p>Video Editing & Software di creazione: Promo</p> <p>Strumenti di sondaggio: SurveyMonkey</p> <p>Piattaforme di Influencer Marketing: Intellifluence</p> <p>Strumenti di fidelizzazione e marketing di affiliazione: Ambassador</p> <p>Strumenti per test di utilizzabilità A/B e di esperienza utente</p>		

Per iniziare: Trello, Hootsuite, KISSmetrics, Followerwonk, All in One SEO Pack, BuzzSumo, Crazy Egg, UberSuggest, CoFoundersLab, OmniFocus.

Metodi di formazione e strumenti

Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____

Aspettative dei partecipanti al modulo

- Buona conoscenza degli strumenti digitali di base e capacità di scegliere il set appropriato di strumenti in un contesto aziendale specifico e secondo le esigenze e i vincoli dell'impresa
- Capacità di utilizzare strumenti specifici applicabili a compiti specifici

Valutazione dei partecipanti

Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
----------------------------	----------------	---------	----------	----------------------

Letteratura

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).

Luckett, 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.

Titolo del modulo	BMC – Business Model Canvas			
Caratteristiche principali del formatore	Consulente di Management – esparto di marketing			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	12 ore			
Obiettivo del modulo				
Acquisire conoscenze sullo scopo, la struttura e l'applicazione dello strumento Business Model Canvas nell'analisi del posizionamento di mercato delle imprese guidate da donne.				
Contenuto del modulo				
<p>Il modello di business di un'organizzazione utilizzando lo strumento BMC può essere descritto con 9 elementi di base:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Segmenti di client; - Value Proposition, il valore dei prodotti o servizi offerti per ogni segmento; - Canali per raggiungere il cliente; - Relazioni con i clienti; - Revenue Streams, i ricavi generati; - Risorse chiave dell'azienda; - Attività chiave per rendere efficace il modello di business; - Partner chiave con cui l'azienda intende allearsi per creare valore per il cliente; - Struttura dei costi per risorse, attività e partner chiave. <p>Identificare i fattori critici di successo del business che possono diventare la base per la creazione della strategia digitale; concentrandosi su ciò che è veramente distintivo per l'azienda.</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
Essere in grado di identificare e descrivere il modello di business di qualsiasi azienda, utilizzando lo strumento Business Model Canvas.				

Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<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>				

Titolo del modulo	Marketing e gestione aziendale per le PMI			
Caratteristiche principali del formatore	Essere un formatore nelle PMI; esperto di marketing o consulente di management			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	12 ore			
Obiettivo del modulo				
L'obiettivo di questo modulo è quello di aiutare gli esperti digitali a capire come modellare una strategia di marketing aziendale e aiutare le imprenditrici a sviluppare un approccio guidato dal cliente alle opportunità di business.				
Contenuto del modulo				
L'obiettivo di questo modulo è quello di aiutare gli esperti digitali a capire come modellare una strategia di marketing aziendale, e aiutare le imprenditrici a sviluppare un approccio guidato dal cliente alle opportunità di business.				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
Dopo il completamento di questo programma ci aspettiamo che gli esperti digitali acquisiscano alcune conoscenze di base di tecniche di marketing e di gestione aziendale in modo che possano capire meglio gli obiettivi di una donna d'affari, le prospettive di crescita aziendale per adeguare gli strumenti che ogni donna potrebbe utilizzare in relazione all'obiettivo aziendale.				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
Scarborough, N. M. (2016). <i>Essentials of entrepreneurship and small business management</i> . Pearson. Burns, P., & Dewhurst, J. (Eds.). (2016). <i>Small business and entrepreneurship</i> . Macmillan International Higher Education.				

Titolo del modulo	Gestione dei progetti, pianificazione del tempo e equilibrio tra lavoro e vita privata	
Caratteristiche principali del formatore	Esperto o esperta di project management	
	Obbligatorio	A scelta
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore	
Obiettivo del modulo		
L'obiettivo del modulo è quello di acquisire conoscenze sulle fasi della gestione del progetto che permettono una gestione efficiente del tempo, e richiede pianificazione, programmazione, monitoraggio e controllo di tutte le attività del progetto. I partecipanti impareranno come implementare l'approccio di gestione del progetto e trovare l'equilibrio nella loro vita lavorativa quotidiana.		
Contenuto del modulo		
<p>I sette processi principali nella gestione del tempo del progetto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Gestione del piano di lavoro:</i> Molte risorse non menzionano questo processo quando si parla di gestione del tempo. Ma, prima di poter completare gli altri passi, devi pianificare come gestirai il tuo programma. Alcune domande a cui dovreste rispondere sono: Quale software o strumento userete? Chi sarà responsabile dell'uso del software? Quanto spesso sarà rivisto il programma? Quali controlli saranno messi in atto per assicurare che tutti rispettino il programma? 2. <i>Definire le attività:</i> Una volta che hai il tuo piano di gestione del tempo, puoi identificare e definire le attività del progetto. Spesso si usa una struttura di ripartizione del lavoro (WBS) per aiutare a definire le attività e i compiti all'interno di un progetto. Dovrebbero essere determinate anche le principali pietre miliari. 3. <i>Mettere in sequenza le attività:</i> Ora che conosci tutte le attività che devono essere completate, puoi iniziare a metterle in sequenza nel giusto ordine con un diagramma di rete. 4. <i>Stimare le risorse:</i> Nella gestione del progetto, il termine 'risorse' si riferisce spesso alle persone. Tuttavia, devi anche identificare quali strumenti, materiali, sistemi, budget e altre risorse avrai bisogno per ogni compito da completare. 5. <i>Stimare le durate:</i> Una volta che sai quali compiti devono essere completati e cosa ti serve per realizzarli, è il momento di stimare quanto tempo ci vorrà per completare ogni attività. Alcuni project manager usano il PERT (Program Evaluation Review Technique) per arrivare alle loro durate, specialmente se ci sono molti fattori sconosciuti in gioco. 6. <i>Sviluppare la schedulazione del progetto:</i> Questo può essere fatto inserendo le attività, le durate, le date di inizio e fine, la sequenza e le relazioni in un software di schedulazione. 7. <i>Controllare il programma:</i> Una volta che il tuo programma è stato creato, deve essere monitorato e controllato. Il progresso deve essere rivisto e aggiornato su base regolare in modo da poter confrontare il lavoro effettivo completato con il piano. Questo ti permette di vedere se ci sono aree in cui sei in ritardo rispetto al programma. 		

Il modulo coprirà anche:

- Analisi della vita lavorativa quotidiana dei partecipanti e identificazione delle sfide che potrebbero essere risolte/migliorate con una buona gestione del tempo;
- Introduzione di App/strumenti digitali per la gestione dei progetti e del tempo.

Metodi di formazione e strumenti

Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____

Aspettative dei partecipanti al modulo

- Ottenere conoscenze su come implementare i principi di gestione dei progetti;
- Conoscere gli strumenti gratuiti per la gestione dei progetti e del tempo e come migliorare la gestione dei progetti e la pianificazione del tempo nelle proprie aziende.

Valutazione dei partecipanti

Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
---------------------	----------------	----------------	-----------------	----------------------

Letteratura

Pelland, A. (2020) *How to Keep a Work-Life Balance: Don't Neglect Your Physical and Mental Well-Being*. Independently published

Rajahonka, M., & Villman, K. (2019). Women managers and entrepreneurs and digitalization: on the verge of a new era or a nervous breakdown?. *Technology Innovation Management Review*, 9(6).

Kerzner, H. (2017). *Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling*. John Wiley & Sons.

Titolo del modulo	Imprenditorialità femminile			
Caratteristiche principali del formatore	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze e competenze approfondite nel campo dell'imprenditoria femminile, sul contenuto degli argomenti della formazione; - Abilità nell'applicazione di metodi e tecniche di insegnamento al fine di ottenere un processo di apprendimento attraente e orientato alla pratica che soddisfi le specificità degli adulti come discenti; - Almeno tre anni di esperienza di insegnamento e/o di consulenza, preferibilmente nel campo dell'imprenditoria e/o della gestione di piccole imprese, o due anni di esperienza in una posizione con grande responsabilità di gestione. 			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore			
Obiettivo del modulo				
L'obiettivo del modulo è quello di presentare le principali specificità e bisogni per migliorare le capacità imprenditoriali e manageriali delle donne imprenditrici.				
Contenuto del modulo				
<p>Motivazione specifica delle donne per l'attività imprenditoriale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Insoddisfazione per le opportunità di carriera nelle grandi organizzazioni - Desiderio di equilibrio tra lavoro e casa - Desiderio di realizzare la propria idea imprenditoriale <p>Attività economiche preferite dalle donne e requisiti specifici per le competenze imprenditoriali e manageriali</p> <p>Valutazione delle esigenze di sviluppo delle competenze imprenditoriali e manageriali nelle donne imprenditrici</p> <p>Approcci efficaci nella formazione e nella consulenza delle donne imprenditrici.</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<ul style="list-style-type: none"> - Buona comprensione delle competenze ed abilità delle donne come imprenditrici e manager 				

- Capacità di valutare i bisogni di miglioramento delle capacità imprenditoriali e manageriali delle donne imprenditrici
- Competenze per trovare approcci di lavoro nella formazione e nella consulenza delle donne imprenditrici.

Valutazione dei partecipanti

Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
---------------------	----------------	---------	----------	---------------

Letteratura

Todorov, K. & Degadt, J. (eds.) (2019). *Youth and Women Entrepreneurship in Challenging International (Global) Business Environment*. Proceedings of the Ninth International Conference, 11–14 June 2018, Lighthouse Golf and SPA Resort, Black Sea, Bulgaria. Sofia: BAMDE.

Cohoon, J. M., Wadhwa, V., & Mitchell, L. (2010). *Are successful women entrepreneurs different from men?*. Available at SSRN 1604653.

García, M. C. D., & Welter, F. (2013). Gender identities and practices: Interpreting women entrepreneurs' narratives. *International Small Business Journal*, 31(4), 384-404.

Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of small business and enterprise development*. 20(1), 125-142.

Titolo del modulo	Cyber security per e-commerce			
Caratteristiche principali del formatore	Esperti legali e di ICT			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore			
Obiettivo del modulo				
Sviluppare sufficienti conoscenze e competenze sulla sicurezza informatica per il commercio elettronico, che è di vitale importanza per il successo di un'impresa nell'ambiente digitale.				
Contenuto del modulo				
<p>I concetti di conformità e sicurezza informatica</p> <p>Le maggiori minacce alla sicurezza per l'e-commerce: phishing, "malicious software", SQL injection, cross-site scripting (XSS), e-skimming</p> <p>Il regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) nell'Unione Europea</p> <p>Sicurezza dei dati personali e delle informazioni personali nel commercio elettronico</p> <p>Standard di sicurezza dei dati dell'industria delle carte di pagamento (PCI DSS)</p> <p>Transport Layer Security (TLS), secure Sockets Layer (SSL) e autenticazione HTTPS</p> <p>Autenticazione a più fattori (MFA), autenticazione a 2 fattori (2FA) o verifica in 2 fasi</p> <p>Negazione distribuita del servizio (DDoS)</p> <p>Malware e ransomware</p> <p>Migliori pratiche per la sicurezza dell'e-commerce.</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<p>Alla fine del modulo i partecipanti (esperti di digitalizzazione) saranno in grado di formare le donne imprenditrici a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - implementare il monitoraggio e la manutenzione della sicurezza per il loro business; - fornire ai loro clienti uno strumento di acquisto di cui possano fidarsi; - essere all'avanguardia nel praticare una buona pulizia delle password, nel fare attenzione a cliccare sui link e scaricare gli allegati dalle e-mail, e nel rivedere regolarmente le 				

integrazioni di soggetti terzi.				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<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>				

Titolo del modulo	Alfabetizzazione dell'informazione e dei dati			
Caratteristiche principali del formatore	IT, statistics & communication expert			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore			
Obiettivo del modulo				
Questo modulo formerà le abilità: 1) determinare l'accuratezza, la rilevanza e la completezza dei dati; 2) distinguere tra fatti, punti di vista e opinioni; 3) identificare informazioni inaccurate e fuorvianti; 4) selezionare i dati appropriati al problema o alla domanda in questione.				
Contenuto del modulo				
<p>Standard per la competenza informatica</p> <p>Leggere, interpretare e valutare le informazioni</p> <p>Sistemi informativi di gestione (MIS)</p> <p>Strumenti per accedere, convertire e manipolare i dati</p> <p>Valutare le fonti dei dati</p> <p>Analizzare, interpretare e valutare le statistiche</p> <p>Comunicare risultati, conclusioni e raccomandazioni</p> <p>Una prospettiva di pensiero critico</p> <p>Valutare le competenze individuali di alfabetizzazione ai dati - autovalutazione.</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<p>Alla fine del modulo i suoi partecipanti (esperti di digitalizzazione) saranno in grado di formare le imprenditrici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - essere imprenditrici alfabetizzate in materia di informatica, che sono in grado di valutare le informazioni in modo critico e competente; - comprendere il linguaggio di interrogazione strutturato (SQL), i database relazionali (per esempio MS Access), le tecniche di manipolazione dei dati, il software statistico (per esempio SPSS, STATA, Minitab e MS Excel) e il software di presentazione dei dati (per 				

esempio MS Excel e MS PowerPoint).				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<ol style="list-style-type: none"> 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/. 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. 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. 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. 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. 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 7. Sperry J. 2018. Data literacy: exploring economic data. <i>2018 Economic Programs Webinar Series</i>. U.S. Census Bureau. 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. 				

Titolo del modulo	Transazioni e negoziazioni di Business			
Caratteristiche principali del formatore	Esperto e formatore nella negoziazione			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 hours			
Obiettivo del modulo				
Approfondimento della conoscenza del processo di negoziazione aziendale, delle sue strategie e tecniche, con un'enfasi sui cambiamenti nel processo di negoziazione aziendale nell'era della digitalizzazione.				
Contenuto del modulo				
<p>Il processo di negoziazione commerciale</p> <p>Negoziare nell'era digitale</p> <p>Preoccupazioni etiche della negoziazione aziendale</p> <p>Strategie di preparazione alla negoziazione</p> <p>Soluzioni di negoziazione aziendale</p> <p>Tattiche di negoziazione per la gestione delle relazioni</p> <p>Tecniche per evitare le comuni insidie della negoziazione aziendale</p> <p>Tecniche di negoziazione di vendita</p> <p>Il processo di negoziazione online</p> <p>Esempi di negoziazione commerciale.</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<p>Alla fine del modulo i partecipanti (esperti di digitalizzazione) saranno in grado di formare le donne imprenditrici ad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilizzare tecniche passo dopo passo per evitare le comuni insidie della negoziazione aziendale; - ottenere forti soluzioni di negoziazione aziendale; - essere in grado di negoziare utilizzando strumenti digitali. 				

Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<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>				

Titolo del modulo	Come la digitalizzazione può aiutare a trovare più / nuovi clienti			
Caratteristiche principali del formatore	Analista web, esperto SEO, familiarità con le campagne di marketing online			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore			
Obiettivo del modulo				
<p>I partecipanti hanno un quadro chiaro del gruppo target delle loro imprese</p> <p>I partecipanti sanno come utilizzare i canali online per raggiungere i clienti</p> <p>I partecipanti conoscono il budget medio necessario per una piccola campagna online</p>				
Contenuto del modulo				
<p>Presentazione della persona (Avatar per il gruppo target)</p> <p>Controllo SEO del sito web</p> <p>Esempi di buone pratiche per la campagna di marketing online</p> <p>Creazione di un piano di pietre miliari per la propria campagna di marketing online</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<ul style="list-style-type: none"> - Ottenere informazioni su come raggiungere il gruppo target - Trovare i punti di contatto online del gruppo target - Ottenere ispirazione per campagne di marketing e consigli tecnici - Ottenere un quadro chiaro di cosa fare da soli e cosa delegare agli esperti 				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione

Letteratura

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*.

Titolo del modulo	Processo d'innovazione – Generare e sostenere le idee di business				
Caratteristiche principali del formatore	<ul style="list-style-type: none"> - Avere esperienza nella conduzione di corsi di formazione per imprenditori. - Padroneggiare i seguenti strumenti di insegnamento: fare presentazioni, organizzare le presentazioni dei partecipanti, organizzare le discussioni sui materiali, organizzare il lavoro in mini-gruppi e gestire il lavoro dei partecipanti su Internet e nelle applicazioni mobili. - Possedere abilità analitiche, come la capacità di generare nuove idee di business, di eseguire un'analisi SWOT di varie idee. - Il formatore deve sapere come si sviluppa un business plan, deve conoscere le specifiche della creazione di un piano di marketing, un piano di produzione, un piano organizzativo e di gestione, un piano finanziario e l'analisi dei rischi. 				
	Obbligatorio	A scelta			
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore				
Obiettivo del modulo					
Insegnare agli imprenditori come generare idee per il loro business e motivarle.					
Contenuto del modulo					
<p>1. Ricerca di opportunità imprenditoriali e generazione di idee di business corrispondenti I partecipanti alla formazione conosceranno le possibilità di cercare opportunità imprenditoriali e generare idee per un business promettente su Internet.</p> <p>2. Giustificazione di un'idea di business. Piano d'impresa. Piano di marketing I partecipanti alla formazione prenderanno confidenza con la struttura del business plan. Ogni partecipante scriverà un piano di marketing per il progetto.</p> <p>3. Piano di produzione, piano organizzativo e gestione.</p> <p>4. Piano finanziario</p> <p>5. Presentazioni di progetti da parte dei partecipanti</p>					
Metodi di formazione e strumenti					
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet	
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro	

Aspettative dei partecipanti al modulo				
<p>Alla fine del modulo i suoi partecipanti (esperti di digitalizzazione) saranno in grado di formare donne imprenditrici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sviluppare idee e applicare tecnologie per migliorare beni e servizi o rendere la produzione più efficiente; - essere consapevoli di come gli strumenti digitali stanno cambiando il lavoro, la collaborazione e le organizzazioni. 				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<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. 				

Titolo del modulo	Sviluppo, implementazione, analisi e promozione del sito web			
Caratteristiche principali del formatore	<ul style="list-style-type: none"> - Possedere capacità di insegnamento. - To Essere in grado di condurre un dialogo con il pubblico. - Avere una comprensione completa dei vari modi di sviluppo, implementazione, analisi e promozione del sito web e delle loro caratteristiche. - Padroneggiare servizi come Tilda e Google Analytics. 			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	12 ore			
Obiettivo del modulo				
Il programma di formazione è volto a familiarizzare le donne imprenditrici con le possibilità di auto-sviluppo, sviluppo, analisi e promozione delle loro risorse Internet.				
Contenuto del modulo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Giustificazione della necessità dello sviluppo, posizionamento, analitica e promozione della propria risorsa Interne. 2. Considerazione di varie opzioni per risolvere questo problema. I partecipanti alla formazione conosceranno varie opzioni per risolvere i problemi di sviluppo, collocazione, analisi e promozione delle loro risorse Interne. 3. Sviluppo del vostro sito web senza conoscenze di programmazione (utilizzando il costruttore Tilda) 4. Posizionamento del sito sviluppato su Internet (utilizzando l'hosting gratuito Tilda) 5. Website Key Indicators Analytics I partecipanti alla formazione acquisiranno una comprensione generale dell'analisi degli indicatori del sito web, così come i principali parametri di analisi nello strumento Google Analytics 6. Promozione del sito web nei motori di ricerca I partecipanti alla formazione conosceranno i vari meccanismi di promozione del sito web nei motori di ricerca (creazione di contenuti, eliminazione degli errori di usabilità, pubblicità, ecc.) 				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____

Aspettative dei partecipanti al modulo				
<p>Dopo la formazione, i partecipanti conosceranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - varie opzioni per risolvere i problemi di sviluppo, posizionamento, analisi e promozione della propria risorsa Internet e le caratteristiche di queste opzioni; - principi del lavoro dei costruttori di siti, vantaggi e svantaggi dei costruttori di siti più popolari; - concetti di hosting e nome di dominio, l'algoritmo per mettere una risorsa su Internet; - i parametri principali dell'analisi del sito web nello strumento Google Analytics, le capacità di questa risorsa; - vari meccanismi di promozione di un sito web nei motori di ricerca. 				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<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 				

Titolo del modulo	Social Media Marketing (SMM) & uso pratico dei social networks per scopi professionali			
Caratteristiche principali del formatore	<ul style="list-style-type: none"> - Padroneggiare la consegna delle presentazioni, organizzare le presentazioni dei partecipanti, organizzare le discussioni del materiale, organizzare il lavoro in mini-gruppi e gestire il lavoro dei partecipanti su Internet e nelle applicazioni mobili. - Avere competenze nel Social Media Marketing, essere un esperto nell'uso di Facebook e Instagram per esigenze aziendali. 			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore			
Obiettivo del modulo				
L'obiettivo del modulo è quello di aggiornare le competenze pratiche per utilizzare i social network per un marketing efficace, in particolare Facebook e Instagram.				
Contenuto del modulo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creare un account per il business su Facebook e Instagram 2. Strategia SMM. Scopo della creazione di account sui social media. KPI nelle reti sociali 3. Analisi dei concorrenti, pubblico target, piano dei contenuti - scegliere i segmenti di clienti target e descrivere il profilo del cliente; sviluppare un piano dei contenuti (rubriche tematiche, un piano di calendario per argomenti, presentazione visiva) 4. Pubblicità mirata - impostazione della campagna 				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<p>Conoscenza delle funzionalità dei social network e competenze per il loro uso efficace a fini di marketing.</p> <p>Durante la formazione, i partecipanti impareranno e faranno autonomamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una pagina per la propria attività sui social network Facebook e Instagram. - Riempire le pagine con contenuti originali. 				

- Sviluppare una strategia di promozione sui social media.
- Sviluppa un piano di contenuti con titoli e presentazione visiva per il mese.
- Padroneggiare la pubblicità mirata a pagamento su Facebook e Instagram.
 - Presentare le loro pagine alla fine della formazione.

Valuazione dei partecipanti

Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
---------------------	----------------	---------	----------	---------------

Letteratura

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

Titolo del modulo		Implementazione delle tecnologie digitali sull'esempio del sistema Bitrix24.CRM		
Caratteristiche principali del formatore		Padroneggiare i seguenti strumenti di insegnamento: tenere presentazioni, organizzare le presentazioni dei partecipanti, organizzare discussioni sui materiali, organizzare il lavoro in mini-gruppi e gestire il lavoro dei partecipanti su Internet e nelle applicazioni mobili. Avere una comprensione completa dei vari modi di sviluppare e analizzare i processi di business in Bitrix24.		
		Obbligatorio	A scelta	
Numero di ore di insegnamento del modulo		8 ore		
Obiettivo del modulo				
Il modulo è dedicato a insegnare alle aspiranti imprenditrici a utilizzare le capacità del sistema CRM per il loro business, che migliorerà l'efficienza dei processi di business dell'azienda, attrarre e mantenere i clienti, aumentare le vendite, migliorare la qualità del servizio.				
Contenuto del modulo				
<p>1. Caratteristiche del sistema CRM I partecipanti alla formazione conosceranno le caratteristiche generali del sistema CRM, la sua struttura e il gruppo di compiti che il sistema CRM risolve.</p> <p>2. Sviluppo di un piano di implementazione I partecipanti al corso conosceranno i criteri di scelta di un sistema CRM, gli scopi e gli obiettivi principali e lo sviluppo di un piano di implementazione.</p> <p>3. La struttura e le funzioni principali del sistema Bitrix24 I partecipanti alla formazione conosceranno la struttura del sistema Bitrix24, le funzioni principali del sistema. Studieranno le caratteristiche di impostazione del sistema e le possibilità di marketing CRM.</p> <p>4. Tecnologia per creare e configurare i parametri dei processi commerciali dell'azienda I partecipanti alla formazione conosceranno la tecnologia di creazione dei processi commerciali dell'azienda, la formazione e l'analisi dei rapporti analitici per ogni transazione (imbuto di vendita).</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture Presentazione teorica	Workshops / seminari	Pratica sul posto Bitrix24	Compiti Individuali Bitrix24	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____

Aspettative dei partecipanti al modulo				
<p>I partecipanti al modulo impareranno come adattare i componenti principali del sistema Bitrix24 per il loro business; personalizzare l'interazione dei principali processi aziendali nel sistema CRM per il loro business. Tutti i partecipanti saranno in grado di sistematizzare il lavoro dell'azienda nel sistema Bitrix24. Ogni partecipante utilizzerà una serie di strumenti e funzioni del sistema CRM per garantire che il lavoro in azienda sia svolto in modo rapido, comodo ed efficiente.</p>				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<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/ 				

Titolo del modulo	Progettare con efficacia corsi on line			
Caratteristiche principali del formatore	Formatore senior, esperto digitale, esperto di innovazione			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore			
Obiettivo del modulo				
Ottenere nuovi input su come preparare sessioni di formazione online e trasferire contenuti tramite ZOOM o altre piattaforme come WONDER, MIRO, Teams				
Contenuto del modulo				
<p>Imparare la gamma completa di Zoom e altri strumenti e requisiti speciali per trasferire la conoscenza online</p> <p>Apprendimento di strumenti aggiuntivi come Miro (piattaforma di collaborazione visiva), Doc-Sharing....</p> <p>Onboarding - Come faccio a far partecipare attivamente le persone davanti agli schermi come formatore online</p> <p>Ottenere nuovi input su come condividere facilmente i documenti/come organizzare un workshop online</p> <p>Ottenere nuovi input su come enfatizzare l'interazione in un ambiente online.</p> <p>Esercizio per praticare le abilità didattiche nel contesto online</p> <p>Esempi di FAQ e problemi tecnici più comuni che i partecipanti hanno</p> <p>Learning additional tools like Miro (Visual Collaboration Platform), Doc-Sharing, etc.</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<ul style="list-style-type: none"> - Ottenere conoscenze su come pianificare, preparare ed erogare con successo corsi di formazione online utilizzando diverse piattaforme online. - Comprendere le differenze e i vantaggi delle diverse piattaforme online. - Comprendere le caratteristiche e i requisiti specifici di una formazione online di successo rispetto alla formazione in loco. 				

Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione
Letteratura				
<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>				

Titolo del modulo	Sviluppare competenze personali e soft skill per gli esperti di digitalizzazione			
Caratteristiche principali del formatore	Esperti di Comunicazione, preferibilmente con un background in psicologia			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore			
Obiettivo del modulo				
La formazione degli esperti di digitalizzazione per lo sviluppo di competenze soft e personali che sono importanti per lavorare più efficacemente con le donne e per essere in grado di capire meglio i loro bisogni e la loro psicologia e li aiuterà a profilare le donne ed essere in grado di estrarre da loro più informazioni sui loro bisogni, i loro piani per il loro business e le loro aspettative dalla loro collaborazione.				
Contenuto del modulo				
<p>Rompere il ghiaccio</p> <p>Natura delle soft skills</p> <p>Relazioni e interazioni sociali. Empatia.</p> <p>Capacità di comunicazione e presentazione</p> <p>Abilità di negoziazione</p> <p>Abilità di lavoro di squadra (metodi di legame)</p> <p>Abilità di leadership</p> <p>Esercizi pratici</p>				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
Sviluppare nuove abilità personali e adattare nuove tecniche per legare con le donne.				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione

Letteratura

Mohan, K., Banerji, M. (2017), *Developing Communication Skills*, Laxmi Publications.

Titolo del modulo	Metodi di insegnamento efficienti per le donne			
Caratteristiche principali del formatore	Background in psicologia (femminile) e pedagogia; Formatore di genere e diversità, esperto in corsi di formazione per formatori.			
	Obbligatorio	A scelta		
Numero di ore di insegnamento del modulo	8 ore			
Obiettivo del modulo				
Formare gli esperti di digitalizzazione sulla psicologia delle donne, per comprendere meglio l'ambiente specifico in cui lavorano e il sostegno emotivo di cui potrebbero aver bisogno. Sensibilizzazione per i bisogni delle donne imprenditrici come gruppo target. Diversi approcci pedagogici quando si lavora con le donne imprenditrici.				
Contenuto del modulo				
Psicologia femminile Ruolo, sfide e bisogni speciali delle donne imprenditrici Metodi adeguati per trasferire le conoscenze alle donne imprenditrici Usare il tempo per lavorare efficacemente e chiedere il feedback quando si insegna alle donne imprenditrici.				
Metodi di formazione e strumenti				
Lecture	Workshops / seminari	Pratica sul posto	Compiti Individuali	Multimedia ed internet
Formazione a distanza	Consulenze	Laboratori	Lavoro con istruttore	Altro _____
Aspettative dei partecipanti al modulo				
<ul style="list-style-type: none"> - Assimilated certain characteristics of female psychology - Having the right mindset for conducting the trainings of women entrepreneurs - Sensibilization of women entrepreneurs' needs - Effective time management for implementation of the trainings. 				
Valutazione dei partecipanti				
Esame scritto/orale	Sondaggio/test	Pratica	Progetto	Presentazione

Letteratura

- 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.

Allegato 1: Lista di controllo – Interviste con le donne imprenditrici

Sulla base della panoramica della letteratura, sono state identificate le domande per condurre le interviste con le donne imprenditrici. A causa della natura dell'argomento, non è stato possibile prevedere che tipo di lacune informative potrebbero essere rilevanti per il processo di raccolta dei dati, quindi i ricercatori sono stati invitati a esplorare l'argomento al di là di queste domande e ad approfondire tutti gli aspetti rilevanti per lo sviluppo del Curriculum.

- *Qual è il livello di utilizzo degli strumenti digitali nella sua attuale pratica commerciale? Per favore, descriva quali strumenti usa.*
- *Hai visto qualche esempio di azienda nel tuo settore che sta avendo un impatto di successo sul mercato usando strumenti digitali che potresti usare come punto di riferimento per ispirarti? Per favore, descrivete.*
- *In quali modi gli strumenti digitali migliorerebbero il vostro contatto con i clienti esistenti o nuovi?*
- *Quale parte degli strumenti digitali credete di poter utilizzare da soli e quale parte vorreste affidare a terzi?*
- *La responsabilità sociale e l'attivismo sono di particolare importanza per lei? Vorrebbe includere il contributo alla comunità nella presentazione del suo business virtualmente?*
- *Pensi che le donne in generale abbiano preoccupazioni sulla sicurezza informatica? In che modo?*
- *Preferiresti avere una formazione sugli strumenti digitali dove viene fornita una guida passo dopo passo?*
- *Preferiresti che la formazione includesse una dimostrazione dell'impatto dell'uso degli strumenti digitali sull'aumento del reddito del tuo business?*
- *Come rendere la formazione per le donne imprenditrici il più efficiente possibile, impiegando il minor tempo possibile, incluso il viaggio?*
- *Pensi che ci sia bisogno di una certa flessibilità di orario e/o di luogo se si organizza una formazione per le donne imprenditrici? In che senso? Quale sarebbe il più appropriato? E' meglio organizzare tale formazione on-line o in loco? Perché? Le sessioni preregistrate sarebbero una buona soluzione? (Essere in grado di avvicinarsi quando possibile, adattarsi alle attività di cura della famiglia, non perdere tempo negli spostamenti)*
- *Le imprenditrici usano i social network per il networking di gruppo? Se sì, quali?*
- *Pensi che il contenuto dei corsi di formazione sulla digitalizzazione dovrebbe essere adattato in qualche modo alle esigenze delle donne imprenditrici? Si prega di descrivere.*
- *C'è qualcos'altro che ritieni importante e che non è stato trattato?*

Allegato 2: Lista di controllo – Interviste con esperti di digitalizzazione

Sulla base della panoramica della letteratura, sono state identificate le domande per condurre le interviste con gli esperti di digitalizzazione. A causa della natura dell'argomento non è stato possibile prevedere che tipo di lacune informative potrebbero essere rilevanti per il processo di raccolta dei dati, così i ricercatori sono stati invitati a esplorare l'argomento al di là di queste domande e ad ottenere una visione di tutti gli aspetti rilevanti per lo sviluppo del Curriculum.

- *Gli esperti di digitalizzazione in generale sono in grado di analizzare il modello di business dei loro clienti provenienti dal segmento delle micro-imprese e di aiutarli a innovare sulla base dell'introduzione di strumenti digitali?*
- *Ti piacerebbe avere maggiori conoscenze di business per essere in grado di capire meglio le esigenze degli imprenditori e il potenziale della digitalizzazione? Se sì, quale aspetto della conoscenza del business le piacerebbe avere più familiarità?*
- *E' possibile avere un impatto sul mercato a beneficio delle imprese guidate da donne con un piccolo budget di marketing digitale?*
- *E' possibile mettere le donne in grado di utilizzare efficacemente gli strumenti digitali nel loro business da sole? Quale parte di questo dovrebbe essere esternalizzata, secondo te?*
- *Come puoi, in qualità di esperto di digitalizzazione, rendere le donne imprenditrici più a loro agio in relazione alle loro preoccupazioni sulla sicurezza informatica?*
- *Se la responsabilità sociale e l'attivismo sono di particolare importanza per le donne - come includerli virtualmente nella presentazione del loro business? La loro campagna di marketing digitale potrebbe includere anche il contributo alla comunità per essere attraente per loro?*
- *Quando si formano le donne imprenditrici senza un background tecnico sull'uso degli strumenti digitali nel loro business - è possibile avere una formazione in cui viene fornita una guida passo dopo passo? Come può essere implementato?*
- *Può essere implementato un approccio pratico - mostrando alle donne come usare gli strumenti digitali e lasciando che facciano pratica con lo specialista digitale?*
- *I corsi di formazione possono includere una dimostrazione dell'impatto della digitalizzazione sull'aumento del reddito dell'impresa, al fine di aumentare la motivazione delle donne a dedicarsi alla formazione?*
- *Quanto è importante il linguaggio usato nella formazione sugli strumenti digitali? L'uso di un linguaggio semplice invece di quello tecnico può aumentare il livello di interiorizzazione della conoscenza?*
- *Come rendere i corsi di formazione il più efficienti possibile per le donne imprenditrici che spesso hanno difficoltà a bilanciare la vita privata e quella lavorativa, impiegando il minor tempo possibile, incluso il viaggio?*
- *Come abilitare il networking online per le donne imprenditrici come parte dei corsi di formazione online?*
- *E' possibile creare un programma che combini la formazione con una consulenza gratuita se è necessario un aiuto aggiuntivo?*

- *Pensi che il contenuto dei corsi di formazione sulla digitalizzazione potrebbe essere adattato in qualche modo alle esigenze delle donne imprenditrici?*
- *C'è qualcos'altro che ritieni importante e che non è stato trattato?*

Allegato 3: Bibliografia

- 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/>
- Maaikje 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.
- Галоуей, 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>

- Giotoopoulos, 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/zhenkoe-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-zhenkoe-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/>

Siti Web:

<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/>